

Le paradigme de la communication : des concepts théoriques au tryptique information–relation–identité

The communication paradigm: from theoretical concepts to information–relationship–identity triptych

ELJERRARI Mohammed

Faculté des Langues, des Lettres et des Arts

Université Ibn Tofail, Kénitra, Maroc

Laboratoire Littérature, Art et Ingénierie pédagogique

Date de soumission : 15/11/2025

Date d'acceptation : 07/01/2026

Pour citer cet article :

ELJERRARI, M. (2026) « Le paradigme de la communication : des concepts théoriques au tryptique information–relation–identité », Revue Internationale du chercheur « Volume 7 : Numéro 1 » pp : 262-278

Résumé

Cet article retrace l'évolution paradigmatique des théories de la communication, depuis les modèles classiques jusqu'à l'émergence d'un nouveau modèle intégré reposant sur trois dimensions à savoir information-relation-identité. À travers une analyse historique et théorique, nous mettons en évidence comment les approches linéaire (Shannon & Weaver, Lasswell), interactionniste (Wiener) et systémique (École de Palo Alto) ont successivement enrichi la compréhension des processus communicationnels. Le modèle intégrateur proposé par Mucchielli et Lypianski apparaît comme une synthèse pertinente permettant de dépasser les clivages entre visions mécaniste et systémique. Notre démonstration s'appuie sur une revue narrative des travaux fondateurs et une analyse comparative des principaux cadres théoriques. Les résultats soulignent la complémentarité des trois dimensions du triptyque et leur interdépendance dans tout acte communicationnel. Cette approche holistique offre une grille de lecture féconde pour appréhender la complexité des échanges contemporains, notamment dans les contextes numériques où information, relation et identité s'entremêlent de façon particulièrement visible.

Mots clés : Paradigme, modèle de communication, feedback, interaction, information, relation, identité

Abstract

This article traces the paradigmatic evolution of communication theories, from classical models to the emergence of a new integrated model based on three dimensions: information–relation–identity. Through a historical and theoretical analysis, we highlight how the linear (Shannon & Weaver, Lasswell), interactionist (Wiener), and systemic (Palo Alto School) approaches have successively enriched the understanding of communication processes. The integrated model proposed by Mucchielli and Lypianski appears as a relevant synthesis that allows us to overcome the cleavages between mechanistic and systemic visions. Our demonstration is based on a narrative review of foundational works and a comparative analysis of the main theoretical frameworks. The results underscore the complementarity of the triptych's three dimensions and their interdependence in every communicative act. This holistic approach offers a fertile analytical framework for understanding the complexity of contemporary exchanges, particularly in digital contexts where information, relation, and identity are intertwined in a particularly visible way.

Keywords : Paradigm, communication model, feedback, interaction, information, relation, identity

Introduction

La communication, dérivée du latin *communicare* signifiant « mettre en commun », constitue un champ d'étude fondamental traversant l'ensemble des sciences humaines et sociales. Sa conceptualisation a considérablement évolué, passant d'une vision mécaniste de transmission d'information à une approche complexe de co-construction du sens (Leguy et Bornand, 2013). Cette métamorphose théorique reflète la nature dynamique et contextuelle des échanges dans les sociétés modernes. Cet article a pour objectif de proposer une analyse historique et théorique de cette évolution paradigmatique, depuis les modèles fondateurs jusqu'à l'émergence du cadre intégrateur information-relation-identité, démontrant sa pertinence pour synthétiser les apports des différentes écoles de pensée.

Dans ce contexte, la problématique centrale peut être formulée comme suivante : dans quelle mesure le modèle triptyque Information-Relation-Identité permet-il de dépasser les clivages entre approches mécaniques et systémiques ?

Pour y répondre, nous avons eu recours à une démarche méthodologique s'appuyant sur une revue narrative des ouvrages fondamentaux et des recherches sur les principaux modèles de communication pour construire une assise argumentative cohérente.

Cet article est constitué de trois axes. Nous définirons, en premier lieu, le concept de la communication, son processus et ses enjeux. En second lieu, nous examinerons, l'évolution théorique et historique du paradigme de la communication et en second lieu, nous mettre en évidence un cadre d'analyse intégrateur et dynamique qui pourrai combler les lacunes des approches antérieures et renouveler les panoramas communicationnels actuels.

1. La communication : concepts et théories

1.1. Définition de la communication

Le terme « communication », issu du verbe latin « *communicare* » (« mettre en commun »), a vu sa signification évoluer historiquement à travers des acceptions diverses : « partager », « transmettre », « être en rapport » ou « informer ».

Selon DUBOIS et al (., 2002), la communication se définit selon deux approches. La première la présente comme un « échange verbal entre un sujet parlant et un interlocuteur », un processus intersubjectif où le sens attribué aux sons par le locuteur doit correspondre à celui perçu par l'auditeur. La seconde, inspirée des télécommunications, la décrit comme la « transmission

d'une information d'un point à un autre via un message codé », nécessitant un encodage préalable pour assurer la compréhension.

Le *Petit Larousse* et le *Petit Robert* en proposent des définitions complémentaires, mettant l'accent sur l'établissement d'un lien, l'échange de signes ou encore l'utilisation de techniques médiatiques.

Plusieurs auteurs ont enrichi cette conceptualisation. Pour ESCARPIT (1991), « la communication est un processus et l'information est son résultat ». ANZIEU et MARTIN (2008) y voient « l'ensemble des processus physiques et psychologiques par lesquels s'effectue l'opération de mise en relation » entre émetteur et récepteur. Selon Lemieux (1999, cité par Larhissi et Waya, 2024, p :840), c'est « la transmission d'un message d'un endroit à un autre, d'une personne ou d'un groupe de personnes vers un autre ou un système artificiel ». Ces définitions, issues de diverses disciplines, illustrent une évolution théorique allant d'une transmission mécanique vers une co-construction du sens (Leguy et Bornand, 2013).

La communication ne se réduit pas à un simple transfert d'informations. Elle implique un partage de sens fondé sur l'interprétation mutuelle des signes, où la forme (le « comment ») est aussi importante que le contenu. (Watzlawick et al, 1967) Les composantes non verbales (gestes, regards, postures) y jouent d'ailleurs un rôle prépondérant.

Moch (2011) souligne son caractère relationnel et essentiel : « Communiquer, c'est établir une relation ». Il la compare à la respiration, un acte à la fois vital et incontournable dans tous les contextes, professionnels ou privés.

En synthèse, la communication est un processus complexe de partage d'informations, d'idées et de sentiments, visant une compréhension mutuelle. Elle s'appuie sur des canaux variés (verbal, non verbal, visuel) et est indissociable de son contexte culturel, relationnel et situationnel.

1.2. Le processus de communication (Figure 1)

La communication est un processus dynamique qui engage plusieurs étapes :

- **Conception** : formulation d'une idée, pensée ou sentiment que l'émetteur souhaite partager.
- **Codage** : transformation de cette idée en un message compréhensible, par le choix des mots, du ton et du langage corporel.
- **Émission** : production effective du message.

- **Transmission** : passage du message via un canal choisi.
- **Décodage** : interprétation du message par le récepteur.
- **Compréhension** : assimilation du message par le récepteur, au-delà du simple déchiffrement.
- **Feedback** : réponse du récepteur, permettant à l'émetteur d'évaluer la compréhension et d'ajuster sa communication.

Le feedback est une boucle de régulation essentielle, transformant le processus initialement linéaire en un système circulaire et interactif. Il permet à l'émetteur de vérifier la bonne réception et compréhension du message, et au récepteur de clarifier, d'exprimer ses doutes ou son accord, renforçant ainsi la relation.

Jean-Luc M. (2008) lui attribue trois fonctions : la *régulation* (maintien de l'équilibre interactionnel), la *cumulation* cyclique (évolution de la situation) et la *cumulation didactique* (apprentissage et ajustement stratégique).

Cet auteur distingue généralement trois types de feedback : d'abord, *positif* qui renforce un comportement ; puis, *négatif* qui signale des aspects à améliorer et il doit être formulé de manière constructive ; et enfin *neutre* en apportant une information sans jugement.

1.3. Les enjeux de la communication : le triptyque Information-Relation-Identité

La communication poursuit des objectifs variés, souvent intriqués. Mucchielli et Lypianski (1997) proposent une synthèse autour de trois enjeux fondamentaux.

Premièrement, *l'enjeu informationnel* qui concerne la transmission et la réception de contenus. Il se divise en données matérielles (descriptions objectives de faits ou situations) et données relationnelles en termes des expressions d'opinions, de sentiments ou de ressentis.

Deuxièmement, *l'enjeu relationnel* qui vise à établir, maintenir ou développer un lien, et comprend la reconnaissance de l'autre, l'affiliation à un groupe et l'influence constructive.

Finalement, *l'enjeu identitaire* touchant à l'expression et à la construction de soi, à travers l'affirmation de ses valeurs et croyances d'une part, et d'autre part, la reconnaissance de soi et par autrui.

Ces trois dimensions sont toujours co-présentes, bien que leur importance relative varie selon les situations. Le feedback, en permettant l'ajustement mutuel, joue un rôle clé dans la gestion

de ces enjeux, confirmant la vision de la communication comme un processus circulaire et co-constructif. (WATZLAWICK et al, 1967)

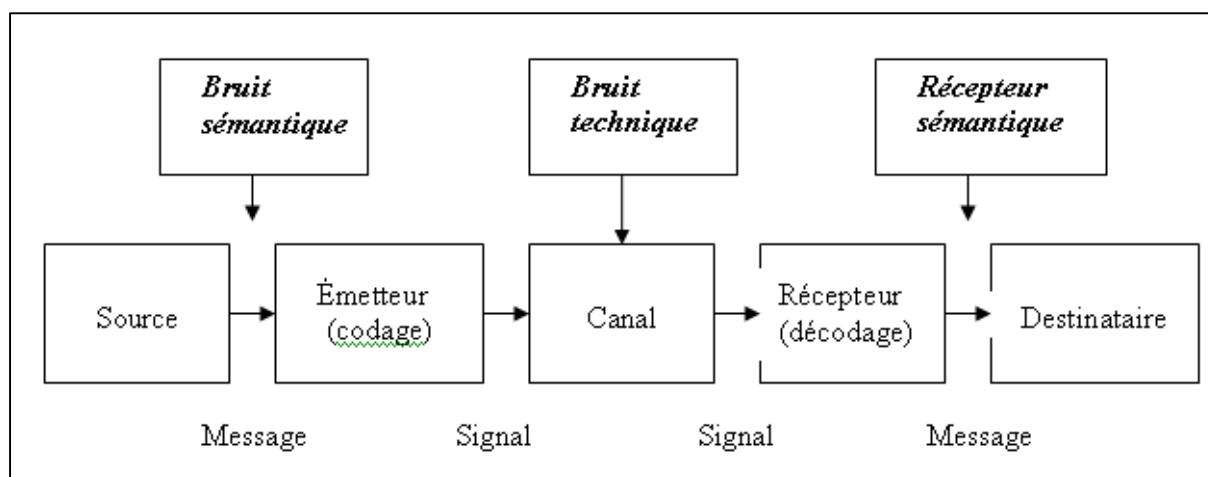
2. Les paradigmes classiques : une évolution conceptuelle

L'histoire des théories de la communication est marquée par l'émergence successive de plusieurs paradigmes fondateurs.

2.1. Le modèle linéaire : une vision mécaniste

Claude Elwood SHANNON a participé avec Warren WEAVER à l'élaboration de la théorie moderne de la communication. (**Figure 1**) L'étude de la transmission télégraphique leur a permis de mettre en évidence les obstacles à la communication, comme le bruit parasite. L'approche mathématique et quantitative de ce modèle a joué un rôle essentiel dans la compréhension de la communication et a donné naissance à des concepts essentiels tels que l'entropie, la capacité du canal et le rapport signal/bruit. Ce qui a facilité la création de technologies de communication performantes, en particulier dans le secteur des télécommunications.

Figure 1 : Le modèle linéaire de la communication



Source : <https://lecommunicator.canalblog.com/archives/2012/03/02/23654150.html>

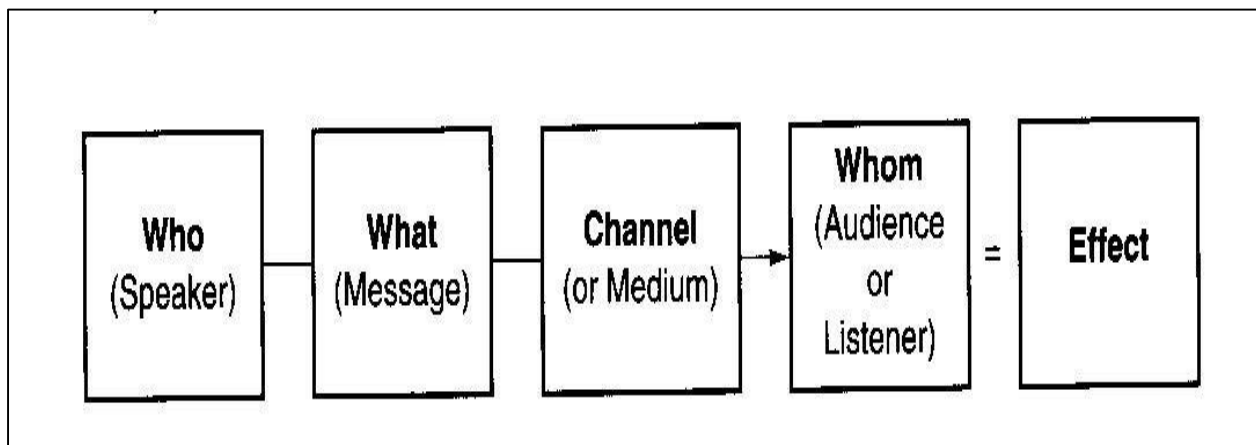
La source d'information énonce un message que l'émetteur va encoder et transformer en signal lequel va être acheminé par le canal. Puis, il est décodé par le récepteur qui reconstitue un message à partir du signal et le transmet enfin au destinataire. Ce modèle offre une approche linéaire et unidirectionnelle de la communication, sans prendre en considération les interactions complexes et le retour d'information entre les acteurs concernés. De plus, il accorde une importance particulière à la transmission du message au détriment de la signification et de

l'interprétation du destinataire. D'après Moch (2011), le modèle de Shannon et Weaver est intéressant car il met l'accent sur les obstacles qui entravent la communication comme le bruit. La complexité du message émis constitue ses limites, sans prendre en considération la diversité des récepteurs et les aspects psychologiques et interactifs entre les deux interlocuteurs.

Cependant, le contexte social, culturel et politique dans lequel la communication s'inscrit n'est pas prise en compte ni la rétroaction ou feed-back puisqu'il a été spécialement développé pour les systèmes de communication techniques et ne concerne pas directement la communication humaine complexe. Ce schéma a été critiqué par d'autres chercheurs et particulièrement WATZLAWICK (1967) qui a proposé un nouveau modèle dit « modèle relationnel ».

Dans le même sillage, Harold Dwight LASSWELL (1948) a conçu son modèle de transmission linéaire, dit classique (**Figure 2**). Sa théorie s'est fondée sur la base de la communication de masse, dans lequel il conceptualise qu'un message est transmis d'un expéditeur unique à un public passif en se concentrant sur les effets des médias sur les individus et la société, analysant la façon dont les messages sont codés, transmis et décodés. Il met en lumière cinq questions qui constituent l'épine dorsale de tout acte de communiquer : Qui ? (Ou l'étude des organismes émetteurs et de leurs motivations) ; Quoi ? (Ou l'identité visuelle, le contenu du message) ; Par quel canal ? (Ou les techniques utilisées pour diffuser ce message précis) ; À qui ? (Ou le public visé selon l'âge, le sexe, etc.) ; Quel effet ? (Ou l'impact du message sur les interlocuteurs visés.). Ainsi, il considère la communication comme un processus d'influence et de persuasion. Sa théorie se voit moins inclusive. De plus, le « feed-back » et le « contexte » sont totalement absents ce qui nuit à la continuité de la communication. Par ailleurs, il se focalise sur les cinq étapes de la communication loin du simple schéma de la transmission.

Figure 2 : Modèle de transmission linéaire de Lasswell

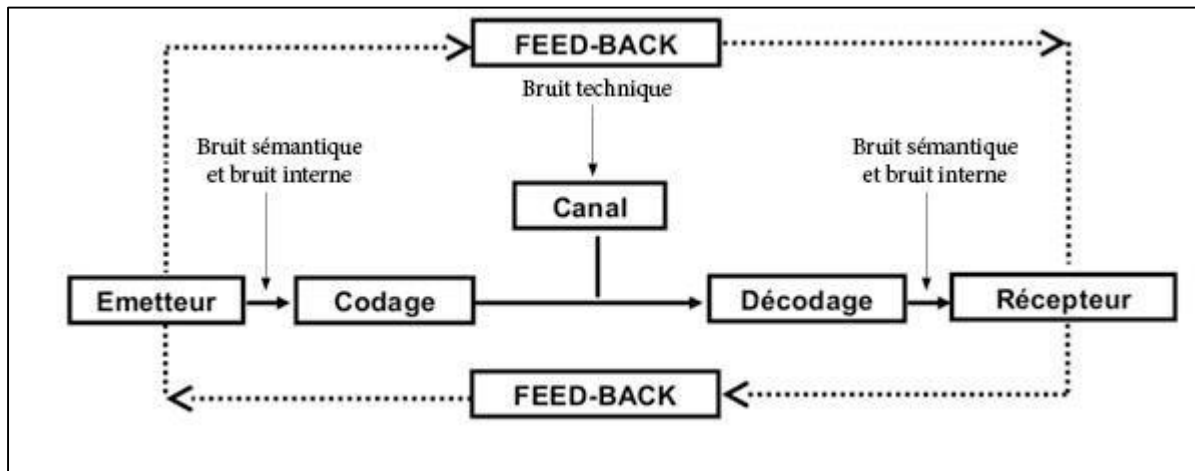


Source : <https://theoriescommunication.wordpress.com/wp-content/uploads/2011/10/lasswell.jpg>

2.2.L'approche interactionniste : l'avènement du feedback

Le mathématicien et philosophe américain Norbert WIENER est considéré comme le pionnier de la cybernétique (vient du grec « *kubernan* » qui signifie « *gouvernement* » ; information et régulation dans le vivant et la machine). Son modèle interactionniste (**Figure 3**), présenté dans son ouvrage fondateur « *Cybernétique ou Contrôle et communication dans l'animal et la machine* » publié en (1948) a profondément facilité notre compréhension des systèmes complexes et de leur capacité à s'autoréguler. Il repose sur les fondements suivants : Tout d'abord, l'information et la rétroaction (feed-back). La notion d'information est au cœur du modèle, définie comme la capacité à diminuer l'incertitude. Des capteurs sont utilisés par les systèmes cybernétiques pour recueillir des informations sur leur environnement, les traiter et produire des signaux de contrôle qui ont un impact sur leur comportement. Grâce à cette méthode de retour en boucle fermée, les systèmes peuvent maintenir un état d'équilibre dynamique face aux dysfonctionnements. Puis, l'homéostasie. Le but principal des systèmes cybernétiques est de préserver l'équilibre, un état stable face aux fluctuations externes. Ils y parviennent grâce à des mécanismes de régulation qui reposent sur des boucles de retour d'information. Ensuite, la communication interne est cruciale pour assurer le bon déroulement des systèmes cybernétiques. La communication entre les différentes parties du système permet de coordonner leurs actions et d'atteindre des objectifs communs. Finalement, l'apprentissage et l'adaptation. Les systèmes de sécurité numérique ne restent pas figés ; ils acquièrent et s'ajustent constamment à leur environnement. Ils ajoutent de nouvelles données, modifient leurs paramètres et perfectionnent leurs comportements afin d'améliorer leurs résultats.

Figure 3 : Modèle cybernétique de Norbert WIENER.



Source : <https://www.researchgate.net/figure/Figure-n-I09-Modele-cybernetique-de-Norbert-Wiener>.

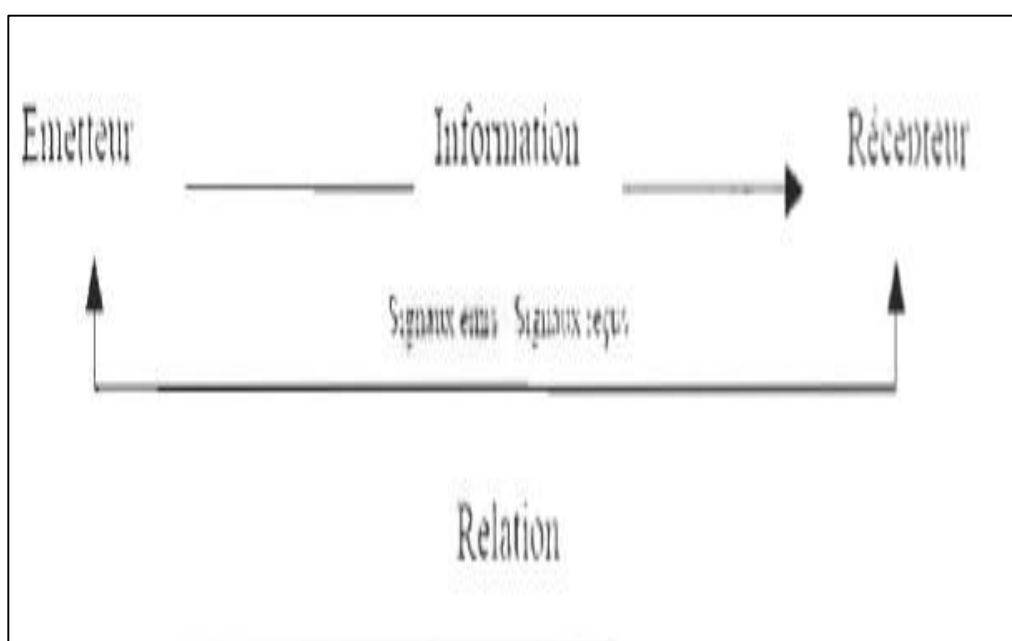
La compréhension des structures et des dynamiques des organisations et des sociétés est essentielle en Sciences sociales. Enfin, la création de systèmes d'intelligence artificielle qui peuvent apprendre, s'adapter et interagir de manière autonome. Bien qu'il soit d'une grande importance, le modèle de Wiener n'est pas sans critiques : pour commencer, la simplification excessive peut rendre la complexité des systèmes naturels et sociaux encore plus complexe. Ensuite, le déterminisme se concentre sur les processus internes et peut faire abstraction de l'impact des facteurs externes et du contexte. Aussi, l'usage de la métaphore mécaniste dans la description des systèmes vivants peut restreindre sa capacité à comprendre les aspects non linéaires et émergents de la vie.

Le modèle cybernétique de WIENER reste une contribution essentielle à notre compréhension des systèmes complexes et de leur capacité à s'autoréguler. Il a exercé une influence considérable dans de multiples secteurs et continue de s'appliquer dans différents domaines : Dans l'Ingénierie, les systèmes de contrôle et d'automatisation doivent être plus solides et plus efficaces ; Dans les Sciences cognitives, il est utilisé dans la simulation du fonctionnement du cerveau humain et de ses mécanismes d'acquisition de connaissances en passant par l'Intelligence Artificielle (IA).

2.3. Le paradigme systémique et orchestral : la complexité relationnelle

En 1967, Paul WATZLAWICK, en collaboration avec Janet HELMICK BEAVIN et Don D. JACKSON, a élaboré le modèle relationnel de la communication. (**Figure 4**) A travers son ouvrage *Une logique de la communication*, il apporte une contribution essentielle à la compréhension des échanges humains. Basé sur les travaux de l'École de Palo Alto, ce modèle souligne l'importance des aspects relationnels et contextuels dans la communication, en s'éloignant des approches linéaires classiques.

Figure 4 : Le modèle relationnel de Watzlawick et al. (1967).



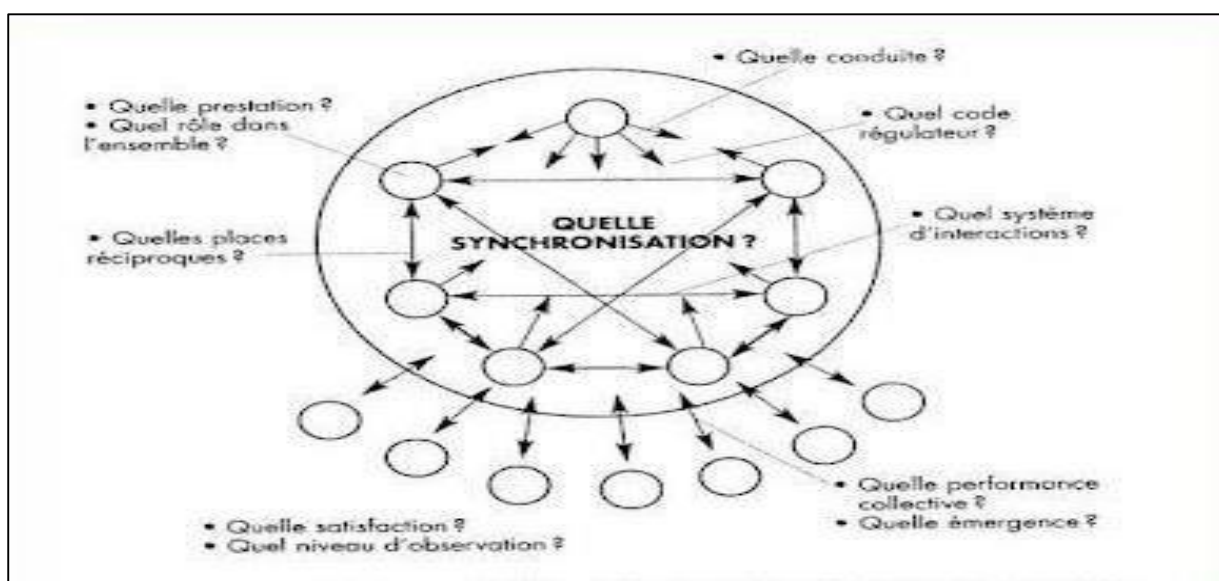
Source : Publié dans « La communication » de Lucien SFEZ (2010).

En parallèle, Gregory BATESON, Anthropologue et cybernéticien, considéré comme le fondateur du modèle orchestral. (**Figure 5**) Il déclare que communiquer « *c'est entrer dans l'orchestre* ». Cela signifie qu'il s'agit de jouer avec les mots, la voix et choisir le canal ou le code qui convient à celui qui reçoit le message (le récepteur). D'après ce chercheur, la communication se caractérise par 5 principes : La communication est un phénomène social, la participation à la communication s'opère selon certains modes verbaux et non verbaux, l'intentionnalité ne détermine pas la communication, la communication sociale se laisse appréhender par l'image de l'orchestre et l'observateur fait nécessairement partie de l'orchestre. Les théoriciens de cette école distinguent entre la communication de niveau 1 (le message lui-même) et la communication de niveau 2 (la communication sur la communication) La métacommunication offre la possibilité d'explicitier les intentions, de discuter des règles de

communication et de gérer les paradoxes. Ainsi, le concept de double contrainte a été introduit afin de décrire une situation où une personne reçoit des messages contradictoires et impossibles à combler. La confusion, l'anxiété et même les troubles mentaux peuvent être engendrés par ces situations.

Ce modèle a été introduit par Yves Winkin dans son ouvrage « *La nouvelle communication* » en 1981.

Figure 5 : Le modèle orchestral de Palo Alto.



Source : WINKIN d'après MUCCHIELLI. (2016, p :65)

Selon cette figure, la communication semble être une production collective de l'information qui circule par un groupe de personnes. D'après la conception de Palo Alto, la communication doit respecter trois principes : la communication et un processus permanent (1), relationnel (2) et globalisé (3). Pour que la communication soit un processus permanent, il faut qu'elle soit une communication interpersonnelle. Cette dernière doit aussi être de type de face à face. Dans cette communication, tout comportement est un message. Selon Watzlawick et al. (1967) : « *le comportement n'a de contraire.* », cela montre qu'il y a un rapport étroit entre la communication et le comportement. Donc, la communication est une condition de la vie humaine et l'ordre social et un processus relationnel cela veut dire que toute communication est l'échange mutuel d'information c'est-à-dire un message. Mais, dans certains cas, il peut avoir une communication sans information en cas de bruit physique (le cas de bruit qui empêche la transmission du message), le bruit sémantique (c'est le cas où la parole n'est pas comprise par le récepteur) ou le

bruit pragmatique (la conception relativiste qui peut rendre difficile la compréhension d'un contexte).

En définitive, la communication est un domaine complexe qui nécessite bien plus de recherches et de stratégies que de créativité pure. Elle s'établit progressivement, en se basant sur des objectifs réalistes. En outre, elle invite à jouer avec les symboles et les moyens technologiques pour s'adresser de manière précise à un public précis

Tableau 1 : Récapitulatif des théories de la communication

Catégorie du modèle	Vision de la communication	Théoriciens	Concepts principaux	Limites
Linéaire mécaniste	Processus à sens unique (transmission)	Lasswell, shannon & weaver	Émetteur, récepteur, message, canal, bruit	Ignore le feedback et le contexte
Circulaire Interactionniste Psychologique	Processus d'interaction (boucle) Système d'échanges et de communication paradoxale obéissant à des règles du jeu	Osgood & schramm, barnlund Wathzlawick	Feedback, champ d'expérience, transaction Participation à un système D'interactions.	Se concentre sur l'échange direct, moins sur le contexte global
Systémique Orchestral	Processus global et permanent	École de Palo Alto	Contexte, relation, « On ne peut pas ne pas communiquer »	Complexité d'analyse, moins prescriptif

En résumé, les différentes approches traditionnelles télégraphiques présentent des limites sur les plans théoriques et conceptuelles. Du point de vue théorique, elles excluent le volet interactif et dynamique de la communication humaine. Sur le plan notionnel, elles ne prennent pas en compte la diversité des moyens communicationnels et l'hégémonie des nouvelles technologies de l'information et de la communication. D'où la nécessité de développer un modèle robuste, flexible et inclusif qui répond aux exigences actuelles à l'ère numérique.

3. Le triptyque intégrateur : information, relation, identité

Le nouveau cadre conceptuel développé par Mucchielli et Lypianski constitue un outil essentiel pour une compréhension holistique du paradigme de la communication. Cela dit, les schémas directeurs traditionnels présentent des limites : les approches linéaires se concentrent sur le volet transmissible de l'information alors que celles systémiques se fondent sur les interactions et les contextes. Donc, ce dit cadre repose sur trois éléments essentiels à savoir : information, relation et identité.

3.1. La dimension informationnelle

Cette dimension est l'enjeu le plus saillant dans la communication. Elle correspond à la transmission de données, de connaissances ou d'informations entre un émetteur et un récepteur. Cela dit, les modèles télégraphiques traditionnels privilégient cet aspect et particulièrement les schémas de Lasswell, Shannon et Weaver. L'apport central de ces modèles porte sur la réponse à la question centrale suivante : « De quoi communique-t-on ? ». En mettant l'accent sur le contenu des messages émis, ces derniers ne prennent pas en considération le volet affectif de l'humain durant l'interaction.

En bref, les schémas directeurs classiques en dépit de ses avancées en matière de la communication, il reste restreint à la précision et la clarté du transfert du message sans tenir compte des autres dimensions notamment la relation et l'identité.

3.2. La dimension relationnelle

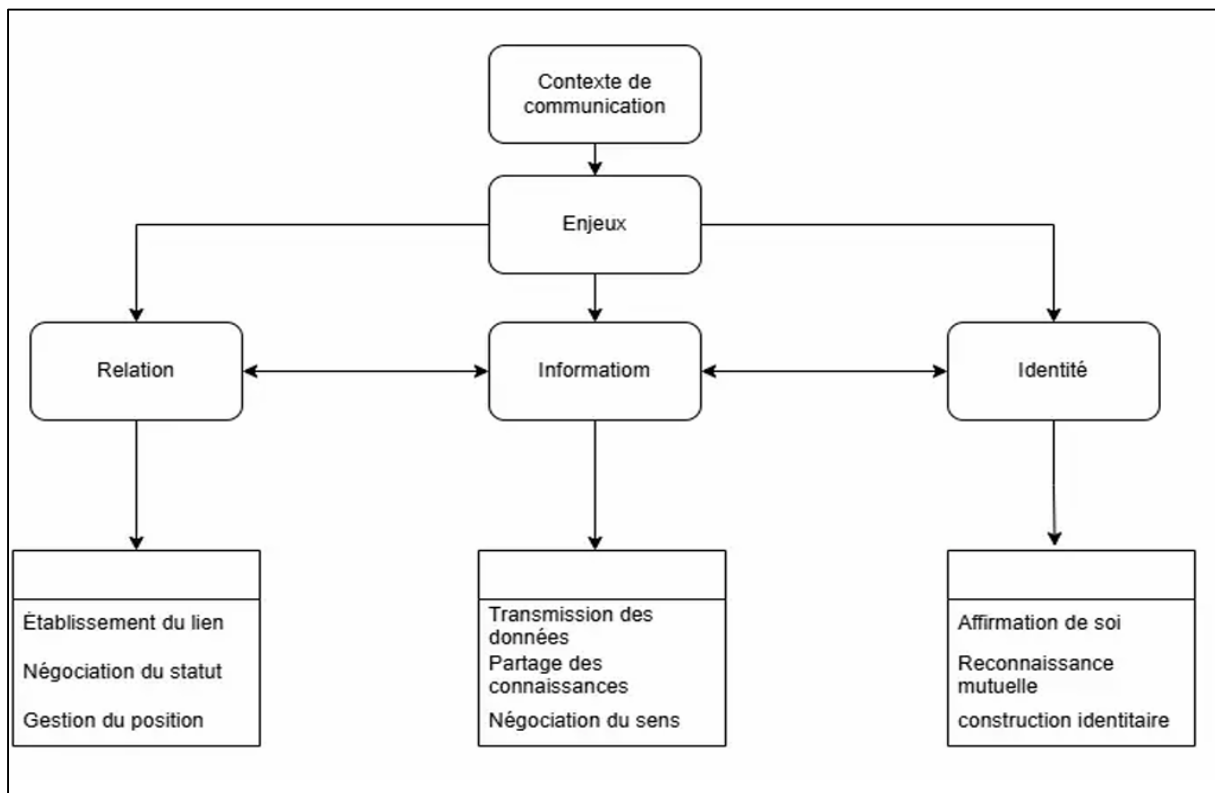
Tout acte de communication est un acte relationnel. Il vise à établir, maintenir ou développer un lien entre les différents acteurs de l'échange. C'est aussi la manière dont chacun communique en mettant l'accent sur le ton, le style, la posture, le type de feedback. D'après les auteurs de l'école de Palo Alto, cette dernière traduit la qualité et la structure de la relation, qu'elle soit symétrique (égalité entre les participants) ou complémentaire (différences de rôles, de statuts). Dans cette logique, le feedback, ou rétroaction, est un outil fondamental aidant chacun à s'ajuster en temps réel tout en participant à la régulation de la relation.

Enfin, la dimension relationnelle met en évidence que la communication n'est jamais neutre : elle construit et influence le rapport entre les personnes.

3.3. La dimension identitaire

Enfin, la communication est un processus fondamental dans la construction et l'affirmation des identités individuelles et collectives. À travers chaque échange, les acteurs se positionnent et se partagent mutuellement, créant un dialogue sur « Qui suis-je ? » et « Qui es-tu ? ». Cette dimension identitaire est cruciale car elle implique même que communiquer, c'est également se représenter soi-même et attribuer une place aux autres. Elle explique pourquoi un même message peut être perçu très différemment en fonction du contexte identitaire des interlocuteurs, et pourquoi la reconnaissance sociale et la valorisation personnelle sont indirectement liées à tout acte communicatif.

Figure 5 : Modèle I-R-I (Information, Relation, Identité)



Source : Modèle adapté selon Mucchielli et Lypianski (1997)

Légende : flèche double : influence réciproque

En définitive, le modèle ci-dessus offre une vision holistique de la communication en permettant d'abord d'analyser simultanément les trois dimensions indissociables de tout acte communicationnel. Ce modèle permet aussi dépasser les approches réductrices classiques focalisées uniquement sur l'information et le transfert (approches mécanistes) ou centrées sur l'interaction et le contexte (approches systémiques). De plus, il repose sur les apports des écoles fondatrices telles que la cybernétique (Information), l'école de Palo Alto (Relation) et le socioconstructivisme (Identité).

Par ailleurs, ledit modèle constitue un outil d'analyse précieux des dynamiques communicationnelles en mettant en exergue les interdépendances structurelles entre le contenu du message (Information), le lien établi entre les acteurs (Relation) et la construction identitaire de chacun.

Conclusion

L'analyse historique des paradigmes de la communication révèle un mouvement allant de la simplicité linéaire à la complexité systémique. Le triptyque information-relation-identité représente une avancée théorique majeure en offrant un cadre intégrateur qui synthétise les apports des modèles classiques. Il permet de dépasser l'opposition stérile entre une vision mécanique (focalisée sur l'information) et une vision purement relationnelle, en montrant leur indissociabilité.

La pertinence de ce cadre est particulièrement saillante à l'ère des nouvelles technologies de la communication, où les frontières entre sphères publique et privée, interpersonnelle et médiatique, deviennent poreuses. Comprendre la complexité communicationnelle contemporaine sollicite une grille de lecture capable d'articuler simultanément trois dimensions à savoir : l'information, la relation et l'identité.

Dans cette perspective, le modèle proposé pourrait être un outil convenable d'intervention et de régulation. Dans un premier temps, il aide à identifier les sources précises de dysfonctionnements communicationnels (problème d'information, de conflit relationnel, ou de menace identitaire). Dans un second temps, il soutient la médiation en objectivant les dimensions conflictuelles.

Sur le plan de la communication professionnelle, il pourrait d'éclairer les enjeux clés du management, de la négociation et du travail d'équipe en aidant à comprendre les dynamiques identitaires dans les groupes et permettant d'ajuster les messages selon les contextes relationnels spécifiques.

En outre, ce modèle serait pertinent pour le numérique, car il éclaire les spécificités de la communication médiée. Il est fondamental pour analyser la construction identitaire en ligne (e-réputation) et pour comprendre les nouvelles formes de relation numérique.

L'analyse historique des paradigmes de la communication révèle une évolution significative, allant des modèles linéaires simples vers des approches systémiques complexes. Le triptyque information-relation-identité constitue une avancée théorique majeure en proposant un cadre intégrateur qui synthétise les apports des modèles classiques. Il permet de dépasser l'opposition traditionnelle entre une vision mécanique, centrée sur l'information, et une approche purement relationnelle, en démontrant leur interdépendance fondamentale.

La pertinence de ce cadre s'avère particulièrement actuelle à l'ère des technologies numériques, où les frontières entre sphères publique et privée, communication interpersonnelle et médiatique, deviennent de plus en plus poreuses. Appréhender la complexité communicationnelle contemporaine exige une grille de lecture capable d'articuler simultanément ces trois dimensions complémentaires.

D'un point de vue opérationnel, le modèle information-relation-identité se présente comme un outil pertinent pour l'intervention et la régulation. Il permet d'identifier avec précision les sources de dysfonctionnements communicationnels, qu'ils relèvent de problèmes informationnels, de conflits relationnels ou de menaces identitaires. De plus, il facilite les processus de médiation en objectivant les dimensions conflictuelles.

Dans le domaine de la communication professionnelle, ce modèle éclaire les enjeux essentiels du management, de la négociation et du travail d'équipe. Il aide à comprendre les dynamiques identitaires au sein des groupes et permet d'ajuster les messages en fonction des contextes relationnels spécifiques.

Ce nouveau modèle peut être aussi appliqué à la communication numérique, où il permet d'analyser les spécificités des interactions médiées. Il s'avère fondamental pour étudier la construction identitaire en ligne et comprendre les nouvelles formes de relation numérique.

Pour conclure, le modèle Information-Relation-Identité s'avère être un cadre d'analyse opérationnel efficace pour la recherche et la pratique. Il propose des soubassements solides permettant de déchiffrer la complexité des phénomènes communicationnels, d'intervenir en cas de dysfonctionnements et de concevoir des messages mieux adaptés et contextualisés. Sa robustesse théorique et pratique le permettant d'être adapté à divers contextes professionnels (santé, éducation) et aux évolutions technologiques et enjeux contemporains.

BIBLIOGRAPHIE

- Anzieu, D., & Martin, J.-Y. (2008). *La dynamique des groupes restreints*. PUF.
- DUBOIS, J., GIACOMO, M., GUESPIN, L., MARCELLESI, C., MARCELLESI, J. B., & MEVEL, J. P. (2002). *Dictionnaire de linguistique*. Larousse-Bordas/VUEF.
- Escarpit, R. (1991). *L'information et la communication*. Hachette.
- Jean-Luc, M. (2008). *La communication organisationnelle*. Éditions EMS.
- LARHISSI. N. & WAYA. N. (2024). *Communication interculturelle et cohésion d'équipe : Problématique, rapport et impact*. Revue Internationale du chercheur « Volume 5 : Numéro 3» pp : 837-860.
- Lasswell, H. D. (1948). *The structure and function of communication in society*. Harper & Brothers.
- Leguy, C., & Bornand, S. (2013). *Anthropologie de la communication*. Armand Colin.
- Lemieux, V. (1999). Chapitre 3. Les réseaux de communication. Dans : V. Lemieux (Dir.), *Les réseaux d'acteurs sociaux*. Paris cedex 14 : Presses Universitaires de France, « Sociologies ».
- Lewin, K. (1940). *La dynamique du groupe*.
- Moch, O. (2011, 15 juin). *Les modèles de communication*. <https://olivier-moch.over-blog.net/article-les-modeles-de-communication-72295675.html>
- Mucchielli, A., & Lypianski, J. (1997). *La communication : enjeux relationnels et identitaires*. Armand Colin.
- Mucchielli A. (1998), *Nouvelles méthodes d'étude des communications*, Paris, Armand Colin.
- Shannon, C. E., & Weaver, W. (1949). *The mathematical theory of communication*. University of Illinois Press.
- Watzlawick, P., Beavin, J. H., & Jackson, D. D. (1967). *Une logique de la communication*. Seuil.
- Wiener, N. (1948). *Cybernétique et société*. Union générale d'éditions.
- Winkin Y. (1981/2000), *La nouvelle communication*, Paris, Éditions du seuil.