

**UNIVERSITÉ MOHAMMED SEDDIK BENYAHIA -JIJEL-
FACULTE DES LETTRES ET DES LANGUES
DEPARTEMENT DU FRANÇAIS
ANNEE UNIVERSITAIRE 2019-2020**

MODULE:
PSYCHOLOGIE COGNITIVE ET SCIENCES DE COMMUNICATION

LES THEORIES DE LA COMMUNICATION

NIVEAU: 3EME ANNEE (LICENCE)

Introduction

La communication joue un rôle central dans la vie humaine. Communément définie comme un processus de transmission d'information impliquant une source émettrice (l'émetteur) et un destinataire, elle est vitale pour les relations humaines.

La communication est un processus complexe. Tout comportement, attitude ou conduite, y compris le silence, sont porteurs de message comme le soulignent les fondateurs de l'Ecole Palo Alto. Du coup, de nombreux modèles théoriques ont été développés afin de rendre compte du fonctionnement de la communication, ses composantes et les facteurs, internes et externes, individuels et collectifs pouvant influencer sur ce processus.

Le modèle de Shannon et Weaver (1948), issu des recherches en cybernétique, en fut l'un des premiers. Même s'il a été objet de quelques critiques, son apport est aussi indéniable et est considéré comme "le schéma le plus complet de la communication et des problèmes qui y sont liés" (Jaggi, 2011: 9).

La dimension sociale de la communication lui donne tout l'intérêt. Une communication est interactive, interpersonnelle: quand on communique, on s'adresse à un autre. Comprendre le fonctionnement de la communication aide à comprendre l'autre, à éviter certains risques de "malentendus" ou d'incompréhension. La communication recouvre à la fois ce que l'on dit mais aussi la réaction de l'autre, ce que l'autre comprend ou risque de comprendre. Cette compréhension de l'autre s'avère de plus en plus nécessaire dans des contextes professionnels, scientifiques et pédagogiques.

Les modèles et les théories de la communication

Le modèle de Shannon et Weaver (1948)

La préoccupation de Shannon était essentiellement technique. A la fin des années 1940 (précisément en 1948), et afin d'améliorer "l'efficacité des transmissions télégraphiques et téléphoniques" (Desnoyers, 2005: 12) au sein de l'armée Américaine, Shannon a élaboré un modèle qui est devenu ensuite une source d'inspiration de nombreuses théories de communication postérieures. Le tableau suivant récapitule les composantes d'une communication selon Shannon.

Emetteur	Expéditeur du message, point de départ, source d'information.
Récepteur	Destinataire du message, cible.
Le codage	Le message est codé sous forme de signaux.
Signaux	Les signaux sont des messages codés prenant la forme de signes, de paroles, de symboles, etc. La perception des signaux s'effectue par l'intermédiaire de nos organes sensoriels (yeux, oreilles, peau, etc).
Canal	Le canal désigne le support servant à la transmission des signaux. Cela être une annonce, un téléviseur, un livre ou un message. Dans le cadre de la communication sociale, nous transmettons généralement les signaux par le biais de notre corps, de manière verbale et/ou non verbale.
Décodage	Les signaux codés sont décodés par le récepteur pour obtenir à nouveau un message.

(source: Jàggi: 2011: p10)

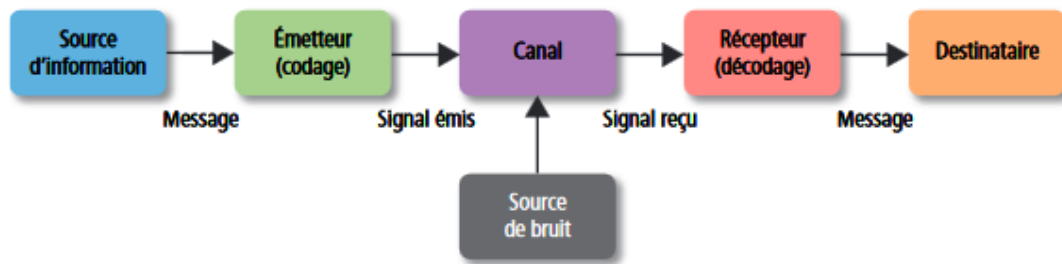


Schéma de communication selon Shannon (Aim et Billet: 2015)

Pour qu'une communication puisse être établie, il est important que l'émetteur et le récepteur dispose d'un code commun. L'émetteur "**code**" le message en signaux avant de le transmettre. Dans le codage comme dans le décodage, le cadre de référence personnel (les valeurs personnelles, le milieu culturel ou le passé) de l'émetteur ou du récepteur sont engagés. Chez le récepteur, ces éléments peuvent donner lieu à une interprétation différente du message transmis de la source émettrice. Le récepteur les replace dans son cadre de référence personnel qui pourrait s'écarter de celui de l'émetteur et font donc émerger des malentendus. Ceux-ci surviennent pendant la transmission, quand les signaux donnent lieu à des interprétations différentes" (Jaggi, 2011). ils [les malentendus] sont liés à des visions subjectives mais aussi à "une perception incomplète" (ibid.). L'état d'esprit de l'un ou de l'autre, l'affectivité ou l'émotivité du destinataire peuvent s'interposer et entraver même le processus de communication: "En effet, le codage et le décodage sont toujours influencés par le cadre de référence personnel et ne peuvent être transmis à l'autre partie de manière neutre" (ibid.).

La notion de bruit, mise au point par Shannon, peut contaminer ou perturber le message reçu. Le bruit ne saurait être réduit à une simple perturbation technique (sonore) qui s'invite dans un échange téléphonique. Il renvoie, au sens large, dans une communication humaine, à des sources parasites pouvant déstabiliser une communication interpersonnelle. Selon Desnoyers (2005), "toute tentative d'améliorer la communication implique

nécessairement une lutte contre le bruit" (p 14). Cette notion même, est l'un des grands apports de cette théorie à laquelle on reproche sa linéarité et le peu d'intérêt qu'elle éprouve pour l'interaction et l'échange.

Ce modèle est considéré comme le premier à avoir pris en compte les mécanismes de communication et des mass médias. Selon D. Peraya, ce modèle est le premier vrai essai d'une "méthodologie générale" (Peraya, 2010: 38). Il a suscité de nombreux études dans les disciplines concernées.

Le modèle interactionniste (Palo Alto)

Représentée par Watzlawik, Beavin et Jackson, l'Ecole Palo Alto a mis au point les postulats de la communication interpersonnelle. Leur théorie repose sur trois hypothèses essentielles:

" **1-** l'essence de la communication réside dans des processus relationnels et interactionnels ..;

2- Tout comportement humain a une valeur communicative;

3- les troubles psychiques de la personnalité peuvent être ramenés à des perturbations de la communication entre l'individu porteur de symptômes et son entourage. Il existe donc une pathologie de la communication dont les mécanismes permettent de comprendre la plupart des prétendues maladies mentales" (Lohisse, 2009: 185)

Dans ce que l'on appelle "la théorie du dialogue", Watzlawik a défini cinq axiomes:

1- On ne peut ne pas communiquer

Tout comportement est porteur d'un message. Même quand on se tait, même qu'on ne dit rien, notre conduite est susceptible de véhiculer un message. Ne rien dire voudrait dire par exemple que l'on ne souhaite pas communiquer. Même quand on n'agit pas, il s'agit en vérité d'un comportement. "Il n'y a pas de "non-comportement", ou, pour dire les choses encore plus simplement, on ne peut ne pas avoir de comportement. Or, si on admet que, dans une interaction tout comportement a la valeur d'un

message, c'est-à-dire qu'il est une communication, il suit qu'on ne peut pas ne pas communiquer, qu'on le veuille ou non" (Watzlawik, Beavin et Jackson, 1972: 45). Plusieurs paramètres s'intègrent dans le processus de communication. Un émetteur peut même ignorer que ses conduites, ses expressions de visages, ses gestes, ses mimiques ou ses postures peuvent signifier quelque chose.

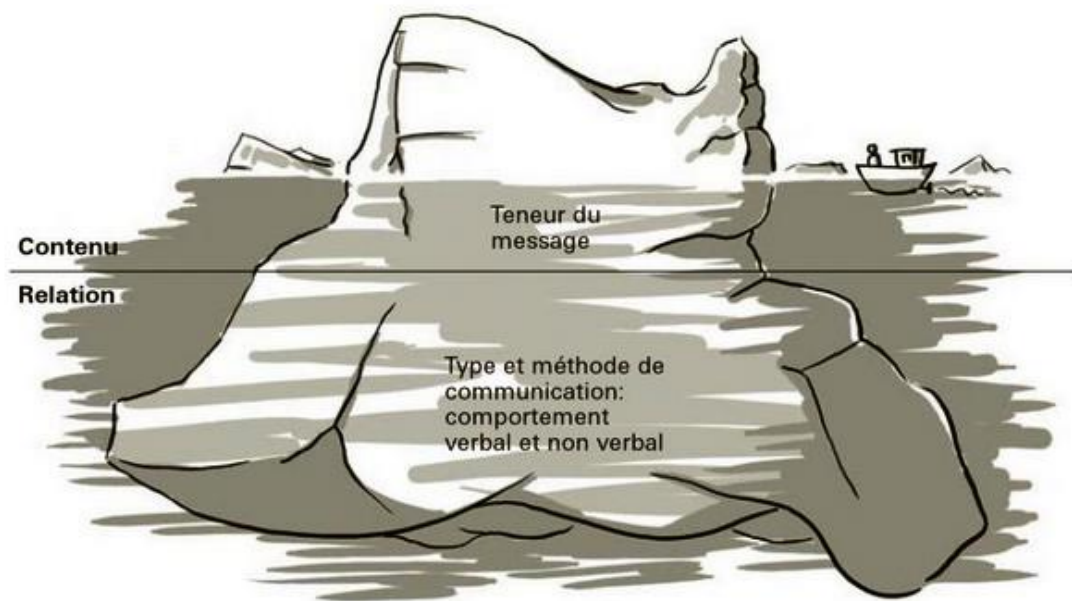
2- Toute communication présente deux aspects: le contenu et la relation

Dans une communication humaine, le contenu renvoie à la teneur du message tandis que la relation relève de la façon dont un message doit être compris. L'aspect relationnel relève essentiellement du non verbal, la façon dont le message est exprimé.

"Toute activité de communication véhicule d'abord un contenu, c'est-à-dire transmet un message. C'est ce que les auteurs [Watzlawik et col.] appellent la partie "digitale" de la communication. Mais cette partie digitale, ce contenu, s'accompagne nécessairement d'une partie relationnelle, qui vient apporter un autre message sur l'interprétation à faire du contenu; c'est la partie analogique de la communication. Cette partie informe le récepteur des intentions, avouées ou non avouées, de l'émetteur, du sens véritable de son discours. C'est une information sur l'information, une "méta-information". Cette méta-information peut être transmise verbalement, par exemple lorsque l'émetteur dit "c'est un ordre", "je plaisante". Mais elle est massivement transmise par d'autres voies, souvent à l'insu de l'émetteur." (Desnoyers, 2005: 18)¹

Ainsi, les éléments prosodiques (débit, rythmes, intonation etc.), corporels, faciaux, émotionnels, kinésiques et proxémiques, etc., relèvent de la partie analogique qui, associés au message (linguistique) contribuent à façonner l'interprétation du récepteur.

¹ Desnoyers L, La communication en congrès: repères ergonomiques, PUQ, 2005



Le contenu et la relation d'après Jäggi (2010)

3- Les étapes de la communication sont structurées de différentes manières.

chacun des partenaires d'une communication a sa façon d'exprimer le message et de le structurer. Un destinataire peut penser par exemple que son interlocuteur s'exprime de façon agressive, méchante ou impolie, etc., mais elle est, aux yeux de l'émetteur, la manière ordinaire de s'exprimer.

4- La communication peut être digitale ou analogique

"- **La communication digitale** repose sur des mots, des phrases et des symboles (p.ex. des pictogrammes) [...]. Ce langage est logique, abstrait et sert à véhiculer le contenu. Le langage digital transmet en premier lieu le contenu.

- **la communication analogique** ne se réfère pas à des choses, mais plutôt à la relation entre les individus. Ce type de communication passe souvent par des signaux non verbaux " (ibid).

5- La communication peut être symétrique et/ou complémentaire.

Dans une interaction, les interlocuteurs peuvent être de statuts et de droits différents. Dans le cas d'une interaction ami-ami, les statuts sont égaux et il

s'agit d'une relation symétrique. A l'inverse, dans une interaction de type mère-enfant, employé-supérieur, les partenaires ne sont pas à égalité. Il s'agit donc d'une relation complémentaire.

Linguistique, sémiologie et communication (Desnoyers, 2005)

La linguistique s'est également intéressée à l'étude de la communication. De nombreux linguistes et sémioticiens ont significativement contribué à la compréhension du processus de la communication, décrite souvent comme un système.

On pense d'abord à De Saussure pour qui la langue est un système de signes servant à exprimer des idées, est une condition nécessaire pour la transmission d'un message. Les signes, conventionnellement partagés, sont des moyens qui permettent à des interlocuteurs de s'interagir et de communiquer. Desnoyers (2005) souligne que le caractère polysémique des signes peut être une obstacle à la communication, il est, de ce fait, comparable à un bruit au sens de Shannon.

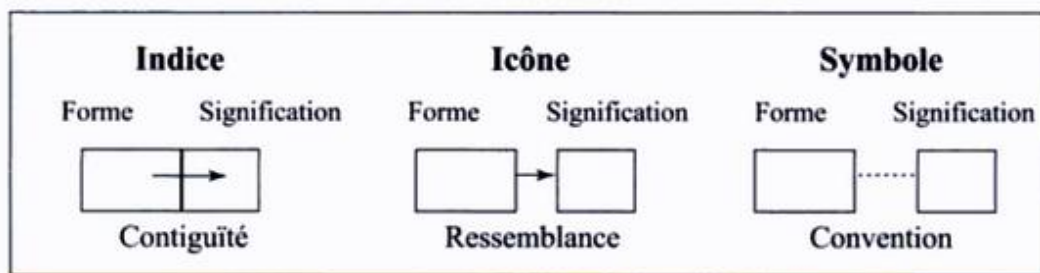
Peirce, en élargissant le concept de signe saussurien, a défini d'autres types qui se démarquent en fonction de la relation qu' entretiennent la forme du signe et sa signification. Les trois relations (explicitées ci-dessous) peuvent se réunir aussi dans un signe et celui-ci peut être ainsi à la fois symbole, indice et icône. (Bourdin, 2005)

- **le symbole:** dans le symbole (ou le signe symbolique), la relation est de **convention**. Aucun lien naturel n'est entre le signe et l'objet, c'est comme une sorte de "contrat tacite entre les usagers pour associer une signification particulière à une forme particulière sans qu'il y ait pour cela une raison particulière" (Delbecque, 2006). Chez de Saussure, ce lien tacite est conventionnel est expliqué par le lien arbitraire qu'ont le signifiant et le signifié. Le langage, les emblèmes militaires, la colombe qui symbolise la paix ou le triangle dans le code la route qui rappelle le danger sont ainsi des symboles.

- **l'indice**: il est "un signe qui renvoie à l'objet qu'il dénote parce qu'il est réellement affecté par cet objet. Il entretient une relation directe et active avec l'objet" (Mbarga, 2011: 24). Il s'agit d'une relation de **contigüité**. L'un des exemples révélateurs de cette relation est le panneau indiquant la direction (à gauche ou à droite par exemple) ou la marche chancelante d'un homme saoul qui indique qu'il est en état d'ivresse. Dans le langage corporel, les expressions de visage (foncement de sourcils ou plissement du front, etc.) relèvent du signe indexical car ils indiquent l'état d'âme ou l'émotion d'une personne. (Delbecque, 2006).

- **l'icône**: la relation qu'entretient le signe avec son objet est la **ressemblance**. "Une icône (ou signe iconique) est la représentation perceptuelle -visuelle, auditive ou autre- de la chose évoquée" (ibid.). Sur un panneau servant à avertir les usagers de la route de la présence d'une école ou d'un établissement scolaire, on voit par exemple l'image de trois enfants traversant la route sur un passage pour piétons.

Tableau 1.1 Le rapport entre forme et signification dans les trois types de signes



Le rapport entre forme et signification dans les trois types de signe (Delbecque, 2006)

La sémiologie s'intéresse aussi à l'image (la sémiologie de l'image). En tant que signe iconique, elle est porteuse de sens et véhicule bien des messages. Roland Barthes (1964) est l'un des sémioticiens à avoir exploré ce champs.

Roman Jakobson (linguiste russe) a enrichi ce domaine. Son schéma, universellement reconnu, met l'accent surtout sur les fonctions du langage. Le

contexte de la communication, qui désigne "l'ensemble des éléments de la communication susceptibles de moduler le message, qu'il s'agisse d'une communication orale ou écrite" (ibid) est aussi mise en valeur par Jakobson.

Le modèle de Jakobson

Le modèle de Jakobson propose une théorie générale centrée sur les fonctions du langage. Il s'est inspiré du modèle cybernétique de Schannon et de Weaver et y rajoute les six fonctions du langage dont certaines ont été empruntées à Bühler (la fonction expressive et la fonction conative). Ce modèle est conçu, pour très longtemps, comme le modèle général de la communication qui était à l'origine de nombreuses études sémiologiques. (Meunier et Peraya, 2010)

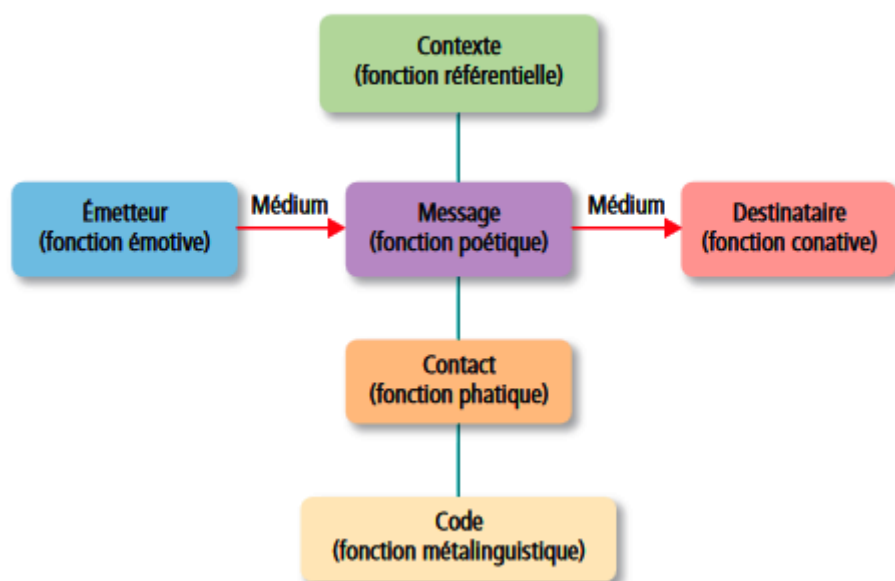


Schéma de communication selon Jakobson (Aim et Billet, 2015)

Les fonction du langage selon Jakobson

" la **fonction référentielle** concerne le contexte auquel renvoie le message que l'on désigne sous le terme parfois ambigu de "référent"; il s'agit en fait de la fonction informative, dénotative ou cognitive des messages. Aucun message ne peut cependant être réduit à sa fonction cognitive ou

référentielle même si elle constitue la fonction principale de nombreux messages.

la fonction expressive est celle qui est centrée sur le destinataire: elle lui permet d'exprimer son attitude, son émotion, son affectivité par rapport à ce dont il parle. Jakobson propose de ranger sous cette catégorie, en plus des interjections (la forme linguistique la plus caractéristique), tous les marques phoniques, accentuelles, grammaticales ou lexicales qui manifestent la couche "émotive" de la langue.

la reconnaissance de cette fonction permet de découvrir que les unités expressives (en français, l'allongement vocalique pour marquer, par exemple, l'ironie ou le courroux), "attribuables à l'exécution du message, non au message lui-même"(ibid,, 215). La variation de la longueur vocalique comme marque de l'expressivité doit être considérée comme un fait de code même si, en français, la longueur vocalique n'est pas un trait pertinent du point de vue phonologique. Autrement dit, selon la terminologie saussurienne, un fait de parole, un fait d'exécution, doit pouvoir trouver une place dans le système de la langue.

la fonction conative est, elle, centrée sur le destinataire: ses formes grammaticales d'expression les plus caractéristiques sont les vocatifs et l'impératif. Cette fonction de la communication traduit la volonté du destinataire d'agir sur son destinataire. La fonction conative permet de distinguer deux types d'énoncés très différents:

- premièrement, ceux qui peuvent être soumis à l'épreuve de la vérité (ceux qui acceptent que l'on pose, à leur propos, la question "est-ce vrai?"): ce sont les énoncés déclaratifs,
- deuxièmement, ceux qui ne relèvent pas de cette logique véridic conditionnelle et à propos desquels la question "est-ce vrai? n'a aucun de sens. Un ordre tel "buvez" est de ce type.

la fonction phatique sert essentiellement à établir la communication, à assurer le contact entre le destinataire et le destinataire, enfin ,à maintenir l'attention de l'interlocuteur. Il s'agit essentiellement de rendre la communication effective et de l'entretenir. Il existe dans la langue des formules vides de sens, exclamations, phrases toutes faites ("Allo! tu m'entends?", par exemple au téléphone) qui assurent cette fonction. Dans les images photographiées, filmées ou télévisées, la position de la personne photographiée (frontale ou légèrement de profil), la direction de son regard (les yeux dans l'objectif, donc plongeant dans le regard du destinataire), etc., assurent la même fonction.

la fonction métalinguistique a pour visée le code et permet de développer un langage dont le plan du contenu serait un premier langage. Défini de cette façon, dans les termes proposés par Hjelmselv, le métalangage est l'un des deux langages décrochés dont la connotation constitue l'autre possibilité. Chaque fois que le destinataire et le destinataire jugent utile de préciser le sens d'un mot, d'une expression ou d'un fragment du discours, se manifeste la fonction métalinguistique: elle vise l'explicitation du code, à la vérification que l'un et l'autre des partenaires partagent le même code.

la fonction poétique enfin, est centrée sur le message lui-même et considère celui-ci comme objet propre; elle met en évidence "le côté palpable des signes": tous les phénomènes stylistiques qui soulignent la matérialité du signe tel que la prosodie, les allitérations, les assonances - dont le fameux slogan électoral *I like Ike* donné par Jakobson comme exemple - etc., contribuent au déploiement de cette fonction" (Meunier et Peraya, 2010: 74, 76).

BIBLIOGRAPHIE

- 1.** AIM Olivier et BILLET Stéphane, Communication, Dunod, 2015.
- 2.** BOURDIN D, Logique, sémiotique, pragmatisme et métaphysique. Notes sur la pensée de Charles Sanders Peirce, Revue Française de psychanalyse, Vol. 69, 2005/3.
- 3.** DELBECQUE N, Linguistique cognitive. Comprendre comment fonctionne le langage, De Boeck, 2006.
- 4.** DESNOYERS L, La communication en congrès: repères ergonomiques, PUQ, 2005.
- 5.** JÄGGI S, Communication et information. Compétences de base en Leadership, Compendio Bildungsmedien AG, 2011.
- 6.** LOHISSE J, La communication: de la transmission à la relation. De Boeck Supérieur, 2009.
- 7.** MBARGA J-C, Traité de sémiotique vestimentaire, l'Harmattan, 2011.
- 8.** MEUNIER J-P ET PERAYA D, Introduction aux théories de communication, Armando Editore, 2010.