

# Communication

---

La **communication** (souvent abrégée en **com**) est l'action, le fait de communiquer, d'établir une relation avec autrui, de transmettre quelque chose à quelqu'un, l'ensemble des moyens et techniques permettant la diffusion d'un message auprès d'une audience plus ou moins vaste et hétérogène et l'action pour quelqu'un, une entreprise d'informer et de promouvoir son activité auprès du public, d'entretenir son image, par tout procédé médiatique.

Elle concerne aussi bien l'homme (communication interpersonnelle, groupale...) que l'animal et la plante (communication intra- ou inter- espèces) ou la machine (télécommunications, nouvelles technologies...), ainsi que leurs hybrides : homme-animal; hommes- technologies... C'est en fait, une science partagée par plusieurs disciplines qui ne répond pas à une définition unique.

Et si tout le monde s'accorde pour la définir comme un processus, les points de vue divergent lorsqu'il s'agit de qualifier ce processus.

- Un premier courant de pensée, regroupé derrière les "Sciences de l'information et de la communication", propose une approche de la communication centrée sur la transmission d'informations. Il s'intéresse aussi bien à l'interaction homme-machine qu'au processus psychique de la transmission de connaissances (avec l'appui des sciences cognitives).
- Un second courant, porté par la psychosociologie, s'intéresse essentiellement à la communication interpersonnelle (duelle, triadique ou groupale). La communication est alors considérée comme un système complexe qui prend en compte tout ce qui se passe lorsque des individus entrent en interaction et fait intervenir à la fois des processus cognitifs, affectifs et inconscients. Dans cette optique, on considère que les informations transmises sont toujours multiples, que la transmission d'informations n'est qu'une partie du processus de communication et que différents niveaux de sens circulent simultanément.
- Enfin, un troisième courant, issu de la psychanalyse, traite de la communication intra-psychique.

## Langue de communication

---

On a vu au cours de Histoire, l'importance que prit la langue dans la communication. Les traductions en plusieurs langues vernaculaires du Livre des merveilles du monde de Jean de Mandeville eurent un impact considérable au XIV<sup>e</sup> et au xv<sup>e</sup> siècle sur les explorateurs (notamment Christophe Colomb), peut-être davantage que le Devisement du monde qui relatait les voyages de Marco Polo. L'édit de Villers-Cotterêts (François I<sup>er</sup>, 1539) permit au souverain de diffuser les actes administratifs et juridiques dans une nouvelle langue officielle de communication.

# CYZE PRODUCTION

## VOUS PRESENTE LE COURS SUR La communication

On a vu aussi l'impact considérable qu'eurent, au XVII<sup>e</sup> siècle, certaines uvres écrites en français, dans des domaines qui restaient encore réservés au latin : l'Utopia de Thomas More, le Discours de la méthode de Descartes (1637), les Provinciales de Pascal (1656). Au XVIII<sup>e</sup> et XIX<sup>e</sup> siècles, la Bible de Sacy eut un impact considérable sur la littérature. Au XVIII<sup>e</sup> siècle, les cours européennes communiquaient en français. Les philosophes des Lumières avaient obtenu l'autorisation d'accès à la bibliothèque royale, et pouvaient ainsi communiquer largement dans cette langue sur les questions philosophiques et sociologiques.<sup>[réf. souhaitée]</sup>

L'anglais aujourd'hui est largement employé pour la communication dans de nombreux domaines (informatique, affaires, sciences essentiellement). Les langues ont des statuts de communication très différents : les six langues officielles des Nations unies sont l'anglais, l'espagnol, le français, le russe, l'arabe et le chinois.

Néanmoins, les langues maternelles restent les langues de communication localement, en particulier en Europe, qui a défini une politique sur ce point.

Les langues ne sont pas forcément des parlées. Elles peuvent aussi être gestuelles. La Langue des signes française permet par exemple de communiquer entre et avec les malentendants et les non-entendant. C'est une langue à part entière, et qui connaît sa propre évolution. Au Québec il s'agit de la langue des signes québécoise.

Se référer à Langue des signes.

### Identité

---

L'image que nous donnons doit être confirmée par autrui. Le fait que le rôle, le statut et la place des acteurs soient bien identifiés permet aux interlocuteurs de se reconnaître dans une position sociale, d'éviter les mal-entendus, les conflits, et d'assurer la crédibilité. L'identité situationnelle du locuteur est repérable dans l'énonciation.

Pour une entreprise, l'image de marque correspond à l'identité de l'entreprise perçue par ses parties prenantes. Toute atteinte à l'image de marque est un risque de réputation, préjudiciable à la bonne marche de l'entreprise, à sa crédibilité, et à la confiance que lui accordent ses clients.

### Souveraineté

---

Une communication habile peut faciliter les processus d'influence, légaux ou non. Le phénomène de développement des ONG dans le contexte de mondialisation est révélateur à cet égard.

La souveraineté et l'indépendance des États peut être menacée par la prolifération de messages non contrôlés en source ouverte.

La communication est une composante essentielle de la diplomatie et de l'exercice de la souveraineté d'un État. Lorsqu'un chef d'État ou un représentant d'un gouvernement s'exprime lors d'une réunion internationale, d'un sommet de la Terre, d'une conférence internationale sur un sujet

d'[intérêt mondial](#) ([commerce international](#), gestion de l'eau, [santé](#), [biodiversité](#)), la communication est [essentielle](#) sur le plan de la perception de l'autorité.

L'utilisation du [français](#) ou de l'[anglais](#) est notamment un enjeu quotidien au sein de la relation [Québec-Canada](#).

De plus il est souvent reconnu que l'influence culturelle et économique d'un pays se perçoit par l'influence et l'utilisation de sa langue. On notera donc l'influence forte de l'[anglais](#) et du [chinois](#) actuellement. Mais au temps de [Louis XIV](#), la langue de la diplomatie et de la noblesse était le [français](#).

### **Dynamisme des territoires**

---

L'espace physique et psychique (intime) doit être [protégé](#). Dans toute [organisation](#), chacun défend son espace et évite les [intrusions](#) injustifiées.

Dans la vie économique territoriale, pour l'[organisation](#) de [pôles de compétence](#) par exemple, la communication s'établit entre des [organisations](#) très différentes : services déconcentrés des [États](#) en régions (Länder...), [conseils régionaux](#), directions régionales de [groupes industriels](#), [petites et moyennes entreprises](#), [chambres de commerce et d'industrie](#), [universités](#) et [grandes écoles](#), [centre d'études et de recherches](#).

Afin de se [comprendre](#) avec toutes les précisions du [langage](#), il est souvent préférable, au niveau régional ou local en tous cas, d'[utiliser](#) la [langue maternelle](#), quitte à employer une [langue véhiculaire](#) lors des séjours internationaux.

### **Mise en réseau avec les outils de télécommunications**

---

La communication est le passage obligé pour entrer en [relation](#) avec [autrui](#).

À ce stade, il faut noter l'importance des moyens de [télécommunications](#) basés sur des [techniques optiques](#), [électriques](#) et [électroniques](#).

Au fur et à mesure de l'apparition de ce dernier type de [médias](#) depuis le [xix<sup>e</sup> siècle](#), et à l'exception du [télégraphe](#) électrique (à partir de [1838](#)) et du [téléphone](#) (réseau élémentaire émetteur-[récepteur](#)), les [médias](#) fondés sur les techniques [électroniques](#) ([radio](#), [télévision](#)), employés depuis la [Seconde Guerre mondiale](#), n'offraient pas de possibilité de [rétroaction](#) importante.

Avec les dernières générations d'outils de [télécommunications électroniques](#), la [rétroaction](#) devient plus aisée, et les [messages](#) se sont beaucoup enrichis ([documents](#), [images](#)). Les [messageries électroniques](#), l'[internet](#)... permettent d'atteindre des groupes de [personnes](#), et de faire une véritable [communication de groupe](#).

### **Enjeux de la communication : le contexte**

---

Les aspects techniques de la communication ne doivent pas cacher l'essentiel : la communication a pour objectif de faire passer un [message](#).

L'avènement de l'[internet](#) depuis les [années 1990](#) a suscité diverses études de la part de [philosophes](#) et de [sociologues](#). Parmi ces études, on retiendra celles de [Pierre Musso](#) et de [Philippe Breton](#), qui, sous des arguments un peu différents, portent le même diagnostic : la communication a tendance à être instrumentalisée par les outils de [télécommunication](#) et les [technologies de l'information](#). L'idée est qu'il existe une croyance selon laquelle on communique bien parce que l'on dispose de moyens techniques sophistiqués (dernière version du logiciel, mobile, ...). [Pierre Musso](#) note que cette [croyance](#) serait fondée sur la [philosophie des réseaux](#), sorte de pseudo-"religion" qui serait la résurgence de la philosophie de Saint-Simon (voir [Claude Henri de Rouvroy, comte de Saint-Simon](#)), fondée sur le principe de gravitation universelle.

En réalité, sur le fond, la communication cherche bien à répondre à l'un des [objectifs](#) suivants :

- faire passer une [information](#), une [connaissance](#), ou une [émotion](#) ;
- créer une [norme](#) commune pour se comprendre ;
- créer une [relation](#) pour dialoguer fréquemment, ou relancer le [dialogue](#) ;
- obtenir une [influence](#) pour inciter l'[autre](#) à [agir](#) selon sa [volonté](#) ;
- donner son [identité](#), sa [personnalité](#) au tiers, pour être [connu](#).

On parle alors d'[enjeux](#) de la communication. Ces [enjeux](#) sont liés aux différentes fonctions du [message](#) (voir les concepts de [Roman Jakobson](#)).

On voit qu'une communication trop axée sur des moyens techniques peut faire oublier les [risques](#) inhérents à la communication.

### Approche des [sciences de l'information et de la communication](#)

Concernant la communication en tant que science, certaines notions ont été dégagées par les différents modèles de communication explicités plus bas.

Durant les [années 1980](#), [S.H. Chaffee](#) et [C.R. Berger](#) proposèrent une définition généraliste qui reste de nos jours une base connue des sciences de la communication : "La science de la communication cherche à comprendre la production, le traitement et les effets des [symboles](#) et des systèmes de [signes](#) par des théories analysables, contenant des généralisations légitimes permettant d'expliquer les phénomènes associés à la production, aux traitements et aux effets." (traduit de l'anglais)

Mais il est intéressant de disposer d'autres définitions communes :

#### **Contexte**

Une communication est gravée dans un [contexte](#). Elle peut avoir lieu à un instant donné, dans un lieu donné, et vis à vis d'une situation, d'un [évènement](#) donné.

Tout cet environnement, qui ne fait pas partie de la communication à proprement parler, mais qui accompagne cette communication, est appelé contexte. L'environnement peut générer du bruit, ou être source d'interférences.

La philosophie du langage s'intéresse au contexte, et la linguistique précise le contexte d'une phrase : voir contexte (linguistique).

Le contexte intervient dans les enjeux cités plus haut : culture, changement de médias, langue, souveraineté, identité, dynamisme des territoires, mise en réseau.

## **Communication verbale et communication non verbale**

---

Une communication verbale est faite de signes linguistiques.

Ces signes confèrent un corpus appelé langue, ou plus généralement langage, mais les linguistes viennent à distinguer langue et langage.

L'écriture, la langue des signes, la voix sont des médias, des moyens de communiquer... L'art de conceptualiser ce message dans un langage afin de minimiser les interférences est appelé la rhétorique. Aristote et Cicéron étaient des théoriciens de rhétorique, qui devint l'un des sept arts libéraux dans le haut Moyen Âge.

Est dite « non verbale » une communication basée sur la compréhension implicite de signes non exprimés par un langage : l'art, la musique, la kinesthésie, les couleurs, voire les vêtements ou les odeurs. Ces signes, leur assemblage et leur compréhension ou leur interprétation sont dans leur grande majorité dépendants de la culture.

Cette distinction verbale / non verbale n'est pas toujours aisée à faire.

Le mot verbal peut également être compris comme exprimé de vive voix (Petit Larousse). On parlera alors de communication orale, par opposition à la communication écrite.

## **Réseau**

---

On nomme réseau un ensemble d'acteurs, d'agents économiques, de nœuds, ou lieux de communication grâce auxquels les messages circulent. L'information se concentre et se redistribue ainsi. On parle d'un réseau.

### **Réseaux sociaux**

Ce sont les réseaux d'anciens élèves de grandes écoles, d'universités, d'associations, d'ONG, de centres de recherche, d'organismes publics... Voir dans le cas d'entreprises : Entreprise étendue

### **Sur le plan technique**

Des réseaux de transport (routes, canaux, chemins de fer), des réseaux de télécommunications et informatiques (télégraphe, téléphonie, web) se sont développés considérablement depuis deux siècles.

Voir aussi sur ce sujet : télécommunications, sémaphore, télégraphie, téléphonie.

### Interactions informelles

On découvre dans les années 1960 que la généralisation des ascenseurs automatiques, qui supprimait les garçons d'ascenseur, supprimait un nœud important de communication informelle entre les étages d'une entreprise (car le garçon d'ascenseur connaissait tout le monde et tout le monde lui parlait). Ce rôle a été partiellement remplacé par les coins café considérés aujourd'hui comme indispensables dans les bureaux, et lieux d'échanges informels souvent importants.

### **Temporalité d'une communication**

---

Une communication qui peut durer dans le temps (le message n'est pas supprimé au moment où il est envoyé) est dite « intemporelle ». Par exemple, un message rédigé dans un livre est intemporel. Cette notion est liée au contact entre les entités qui communiquent. Un message éphémère, est lui dit « temporel ». Par exemple, une discussion orale est éphémère, temporelle. La communication est notamment enseignée dans les écoles d'ingénieurs.

### **Localisation**

---

Dans l'espace, une communication peut être :

- localisée (concentrée à un endroit) telle une discussion ;
- alocalisée (disponible de n'importe quel endroit) - par exemple internet, extranet ;
- délocalisée (le lieu d'émission est loin du lieu de réception) C'est le cas d'une discussion téléphonique.

Cette notion est liée à l'expression du contact entre les entités qui communiquent.

### **Code**

---

Le code (information) est un concept souvent mis en avant dans la vision mécaniste de la communication. Il est pourtant rarement adéquat, ne s'appliquant bien qu'aux seules situations hiérarchiques et autoritaires : interface homme-machine, relations homme-animal, etc. Par extension et d'une manière pessimiste, la notion de code est souvent employée pour l'étude des relations humaines.

Dans ce cadre simplifié, pour communiquer, l'émetteur et le récepteur doivent disposer d'un code commun. La communication se caractérise alors surtout par l'utilisation d'un code établissant les correspondances entre un signe et son sens qui doit être commun aux interlocuteurs. L'absence de code commun entre émetteur et récepteur est l'une des sources d'échecs de la communication, chacun pouvant supposer que l'autre comprend son code, sans que ce soit le cas :

- Un chef de projet américain est choqué de voir son équipe française exiger du matériel pour son travail. Elucidation faite, cette équipe ne voulait que demander ce matériel (or to demand signifie exiger)

- Le même s'étonne de voir, après avoir stigmatisé le peu de temps dont on dispose pour un petit projet, de voir des membres européens se demander pourquoi au contraire on dispose d'une telle marge. Elucidation : quand il écrivait sur son tableau 6/6 pour la date de début et 6/12 pour la date de fin, il pensait pour cette dernière au 12 juin et l'équipe européenne a compris 6 décembre !
- Un collègue japonais désirant montrer le grand respect qu'il éprouve pour la famille d'un collègue européen l'invitant à dîner apporte à la maîtresse de maison une fleur considérée comme l'une des plus belles au Japon : un chrysanthème. Gêne garantie chez celle-ci, pour qui cette fleur est symbole de cimetière.

Dans tous ces exemples, la notion de code explique l'incompréhension entre les êtres humains; mais la notion n'explique pas pour autant la compréhension. Or les situations sont courantes où le défaut de code n'apporte pas de catastrophe, au contraire: relations sourd-entendant, relations aveugle-voyant, relations entre étrangers sans mots communs, etc. Entre humains, on peut toujours essayer de se faire comprendre; essayez donc de vous "faire comprendre" d'un ordinateur qui détecte une faute de syntaxe dans l'ordre envoyé. Non, décidément, le code est une notion trop évidente pour être utilisée sans pincettes.

### Transmission

---

La communication consiste à transmettre un message afin d'établir un contact. L'établissement du contact comporte certains risques, notamment lors de "l'ouverture" et "fermeture" de la communication. Les risques d'intrusion, de non réponse, de blocage et d'abandon existent réellement. Ce point fait l'objet de la confidentialité en sécurité de l'information.

### Protocole

---

On désigne sous ce terme tout ce qui rend la communication possible ou plus aisée sans rapport avec le contenu de la communication elle-même.

Attendre une tonalité pour numéroté, demander à l'interlocuteur de se répéter, épeler son nom, s'entendre tacitement sur le moment où une communication sera considérée comme terminée font partie des protocoles.

La mise en œuvre d'un protocole demande la définition de normes élaborées.

Voir aussi :

- Diplomatie,
- Norme,
- Internet.

### Rétroaction

---

Le message de Rétroaction (ou Feedback, ou encore message de feed-back en anglais), est le message, verbal ou non, renvoyé par réaction par le récepteur, à l'émetteur. Lorsqu'il existe, on parle de communication bidirectionnelle.

Ses enjeux sont différenciés de ceux du message dont il est issu. Le feed-back peut servir, suivant les cas, à:

- confirmer la réception du message ;
- infirmer la réception du message ;
- demander des précisions ;
- relancer la discussion ;
- terminer la discussion.

La notion de rétroaction (feed-back) est issue des travaux de Norbert Wiener sur la cybernétique (Cybernetics or Control and Communication in the Man and the Machine (1948) et Cybernétique et société (1950)). Elle semble issue de travaux ayant eu lieu aux États-Unis au cours de la seconde guerre mondiale pour convertir l'industrie américaine en industrie de guerre (1941-1942). Elle correspond au saut technologique du passage de la mécanographie à l'informatique, et à l'apparition des premiers ordinateurs basés sur des technologies électroniques.

Cette notion a permis aux chercheurs en sciences humaines de passer d'une vision linéaire (unidirectionnelle) de la communication, à la conception d'un processus circulaire (bidirectionnelle).

On peut distinguer selon Wiener deux formes de Feed-Back :

- Le Feed-back positif, qui conduit à accentuer un phénomène, avec un effet possible de boule de neige (hausse de la tension entre les communicants. Entre humains il s'agirait d'énervement entre deux personnes).
- Le Feed-back négatif peut être considéré comme un phénomène de régulation, qui en amoindrissant la communication, tend à la maintenir stable et équilibrée. Cette régulation prends plusieurs formes notamment la reformulation ou le questionnement.

Ces deux formes du Feed-back assurent la réception du message. Le troisième cas, dans lequel le Feed-back n'est pas exprimé (néant), crée un frein à la communication: on ne sait même pas si le message a été reçu ou pas.

La boucle de rétroaction a conduit à définir des modèles théoriques et systémiques de système d'information (niveaux opérationnel, organisationnel, décisionnel).



## Principaux types de communication

---

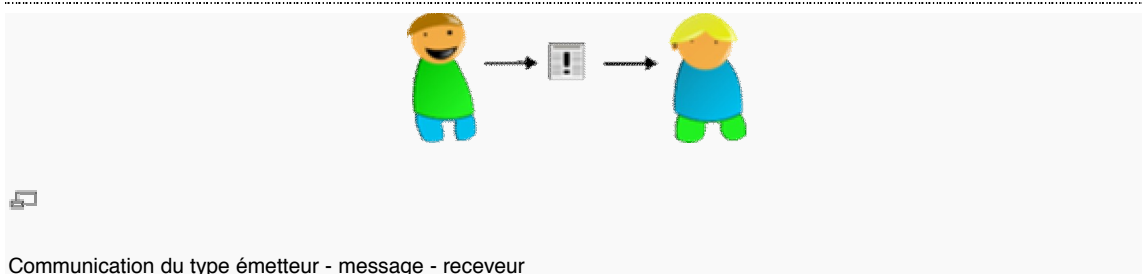
La science de la communication englobe un champ très vaste que l'on peut diviser en plusieurs niveaux. En 1987, [Denis McQuail](#) fait une proposition pyramidale de ces niveaux :

Chaque niveau englobe ceux qui se situent en dessous de lui. Ainsi la communication de masse est le niveau qui au sommet de cette pyramide et concerne donc tous les autres niveaux. Elle se rapporte à plus de personnes dans le temps et l'espace que les autres et traite tous les niveaux inférieurs. D'où selon McQuail, il existe une certaine prédominance de la recherche pour la communication de masse.

Mais il existe, selon d'autres théories, un découpage en trois niveaux de communications fondamentales basées sur leur [diffusion](#) :

### Communication interpersonnelle

---



La [communication interpersonnelle](#) est basée sur l'[échange](#) 1 émetteur - 1 [récepteur](#).

Entre humains, c'est la base de la vie en [société](#). C'est là en général que la compréhension est la meilleure, mais le nombre de [récepteurs](#) est limité à une seule personne. La [rétroaction](#) est quasi systématique. Il y a notamment le [téléphone](#), la [conversation orale](#)... Mais la communication n'est pas qu'orale. Elle est aussi non verbale. (voir plus haut).

La communication passe donc aussi par le corps. Ainsi elle sera non verbale ou plutôt non verbalisée. La communication non verbale peut être para-verbale c'est-à-dire qui accompagne la vocalisation. Ainsi lorsque le locuteur explique qu'il faut aller à droite et qu'il bouge sa main dans cette direction, c'est un cas de communication para verbale. Croiser les bras dans un signe de protection est aussi une communication non verbale. Mais ici ce sera pour dire que : « je me retranche derrière mes idées laissez-moi tranquille ». Mimiques et posture font parties de la communication. **Des gestes risquent de faire passer un message comme plus fort, plus prononcé que ce que l'on dit.** Le ton d'un message est aussi une forme de non-verbal. C'est cette base, le non-verbal, qui définit par exemple ce qu'on appelle le jeu d'un acteur, au [théâtre](#).

On dit parfois que la communication est holistique - c'est-à-dire qu'elle fait intervenir le tout de l'homme - pour souligner l'importance de l'environnement, des interférences environnementales dans la communication.

Pour Mucchielli, « on ne peut pas ne pas communiquer ». Que l'on se taise ou que l'on parle, tout est communication. Nos gestes, notre posture, nos mimiques, notre façon d'être, notre façon de dire,

notre façon de ne pas dire, toutes ces choses « parlent » à notre récepteur. La communication est aussi une forme de manipulation. En effet, nous communiquons souvent pour manipuler, modifier l'environnement ou le comportement d'autrui.

Elle n'a été formalisée qu'aux cours des deux derniers siècles.

## Communication de masse

---

La Communication de masse c'est un émetteur (ou un ensemble d'émetteurs liés entre eux) s'adressant à tous les récepteurs disponibles. Là, la compréhension est considérée comme la moins bonne, car le bruit est fort, mais les récepteurs bien plus nombreux. Elle dispose rarement d'une rétroaction, ou alors très lente (on a vu des campagnes jugées agaçantes par des consommateurs, couches pour bébé par exemple, conduire à des baisses de ventes du produit vanté).

Ce type de communication a été conceptualisé avec l'apparition des notions d'organisation de masse dont quatre éléments sont la standardisation, le Fordisme, le taylorisme et la publicité...

On parle de médias de masse ou « MassMedia ». En font partie la radiocommunication, la radiodiffusion et la télévision. L'absence de réponse possible en fait un outil idéal de la Propagande, ce que souligna à plusieurs reprises Georges Bernanos.

L'apparition de l'internet rend la rétroaction possible.

En France, l'État lie significativement Culture et Communication en les confiant à un même ministère. Autrefois il existait des ministères de la Propagande.

L'un des ouvrages considéré comme fondateur de la notion de « masse », bien que contestable sur son contenu et son objectivité, est Psychologie des foules (1895) du psychopathe Gustave Le Bon. La persuasion clandestine, ouvrage de Vance Packard, montre à ce sujet que la science de la manipulation était déjà bien avancée en 1957. Retour au meilleur des mondes, d'Aldous Huxley, va dans le même sens.

## Communication de groupe

---

La communication de groupe part de plus d'un émetteur s'adressant à une catégorie d'individus bien définis, par un message (communication) ciblé sur leur compréhension et leur culture propre.

C'est celle qui est apparue avec les formes modernes de culture, souvent axées sur la culture de masse (société de consommation), dont la publicité ciblée est la plus récente et la plus manifeste.

Les effets de la communication de groupe se situent entre ceux de la communication interpersonnelle et ceux de la communication de masse.

La communication de groupe est aussi complexe et multiple car elle est liée à la taille du groupe, la fonction du groupe, et la personnalité des membres qui le compose.

On peut également intégrer cette notion dans la communication interne à une entité. Les groupes peuvent alors être des catégories de personnels, des individus au sein d'un même service, etc.

On peut aussi intégrer cette notion à une communication externe ciblée vers certains [partenaires](#) ou [parties prenantes](#) de l'entité.

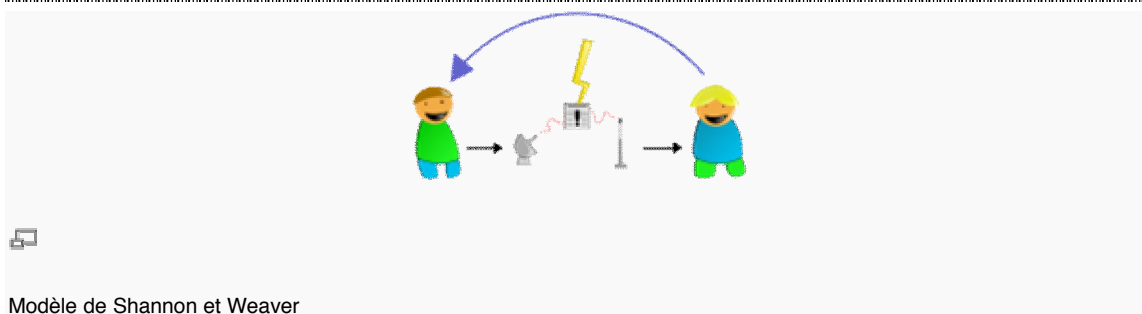
## Modèles de communication

---

De nombreux théoriciens de la communication ont cherché à conceptualiser ce qu'était « une communication ». Il ne s'agit pas là d'une liste exhaustive, tant les modèles sont nombreux et complémentaires. Nous chercherons à en donner une évolution générale en donnant les plus connus de ces modèles et l'apport qu'ils ont induit.

### Modèle de Shannon et Weaver

---



Le modèle de [Claude Shannon](#) et Weaver désigne un modèle linéaire simple de la communication : cette dernière y est réduite à sa plus simple expression, la [transmission](#) d'un [message](#). On peut résumer ce modèle en :

« Un [émetteur](#), grâce à un [codage](#), envoie un message à un [récepteur](#) qui effectue le [décodage](#) dans un contexte perturbé de [bruit](#). »

Apparu dans Théorie mathématique de la communication ([1948](#)), ce schéma sert à deux mathématiciens [Claude Shannon](#) (père entre autres de nombreux concepts [informatiques](#) modernes) et [Warren Weaver](#) (scientifique versé tant dans la vulgarisation que la direction de grands instituts), à illustrer le travail de mesure de l'information entrepris pendant la [Seconde Guerre mondiale](#) par [Claude Shannon](#) (ce dernier a été embauché par Weaver à l'Office of Scientific Research and Development pour découvrir, dans le [code](#) ennemi, les parties [chiffrées](#) du [signal](#) au milieu du [brouillage](#)). À l'origine, les recherches de Shannon ne concernent pas la communication, mais bien le [renseignement militaire](#). C'est Weaver qui a "traduit" la notion de brouillage par celle de "[bruit](#)", la notion de signal par "[message](#)", la notion de codeur par "[émetteur](#)", la notion de décodeur par "[récepteur](#)"... Jusqu'à la fin de sa vie, [Claude Shannon](#) se défendra contre la reprise du soi-disant modèle pour autre chose que des considérations mathématiques.

Le modèle dit de Shannon et Weaver n'a en effet de prétention qu'illustrative. Mais il a souvent été pris au pied de la lettre, révélant alors la forte influence béavioriste du modèle de Pavlov (stimulus-réponse).

Ce modèle, malgré son immense popularité (on le trouve cité souvent comme "le modèle canonique de la communication"), ne s'applique pas à toutes les situations de communication et présente de très nombreux défauts :

- et s'il y a plusieurs récepteurs ?
- et si le message prend du temps pour leur parvenir ?
- et si la réalité décrite n'existe pas ailleurs que chez le premier locuteur ?
- et s'il y a plusieurs messages (au besoin contradictoires) qui sont prononcés en même temps?
- et s'il y a un lapsus ?
- et si sont mis en jeu des moyens de séduction, de menace ou de coercition ?
- et si le message comporte des symboles nouveaux ou des jeux de mots ?

En sus de sa linéarité, le modèle de Shannon et Weaver considère que le récepteur est passif : toutes les recherches en Sciences de l'information et de la communication montrent que cela est simpliste, ou faux.

### Modèle de Lasswell

---

Harold Dwight Lasswell, politologue et psychiatre américain, s'est fait un nom en modélisant la communication de masse. Pour lui, il s'agit de la décrire à travers les questions : « : Qui, dit quoi, par quel canal, à qui et avec quel effet ? ». C'est la stricte reprise des cinq questions que Quintilien adressait à tout apprenti rhéteur.

- Qui ? : correspond à l'étude sociologique du ou des milieux et organismes émetteurs.
- Dit quoi ? : se rapporte au contenu message, à l'analyse de ce contenu.
- Par quel média ou canal ? : C'est l'ensemble des techniques utilisées pour diffuser l'information à un instant donné dans une société donnée.
- A qui ? : vise l'auditoire, ou audience. C'est-à-dire les publics récepteurs avec des analyses selon des variables
- Avec quels effets ? : Il s'agit d'analyser et d'évaluer les influences du message sur l'audience.

Ce modèle conçoit la communication comme étant un processus d'influence et de persuasion, très proche de la publicité. Ce modèle dépasse la simple transmission du message (même s'il y reste centré) et envisage notamment les notions d'étapes de communication, la capacité de pluralité des émetteurs et des récepteurs et de finalité d'une communication (ses enjeux).

Pourtant il est critiquable, sur la même base que les critiques émises contre le modèle de [Claude Shannon](#) et Weaver. En effet il envisage la communication comme une relation d'autorité et de persuasion. Et il néglige le message de [rétroaction](#), ainsi que les notions de [psychologie](#) et de [sociologie](#) de part et d'autre de la [relation](#) de communication. Le [récepteur](#) est toujours considéré comme passif, ce qui est encore inexact, car il existe en général [interaction](#) entre [l'émetteur](#) et le [récepteur](#), ce qui n'est pas pris en compte dans ce modèle.

L'un de ses ouvrages majeurs - Propaganda Technique in the World War ([1927](#)) - fait partie des ouvrages de référence dans l'[usage](#) de la [propagande](#) dans la [Seconde Guerre mondiale](#). Sa vision autoritaire, voire autoritariste de la communication, lui vaut de nombreux ennemis, encore aujourd'hui.

Ce modèle est à lier par antithèse aux travaux du célèbre [Marshall McLuhan](#) (La Galaxie Gutenberg, [1967](#)) et [Régis Debray](#) (Traité de médiologie, [1991](#))

### Modèle de Jakobson

Articles détaillés : [Roman Jakobson](#) et [Schéma de Jakobson](#).

Cet autre modèle, fondé sur la [linguistique](#), est proposé par [Roman Jakobson](#) ([1896-1982](#)). Ce [linguiste](#) russe développe un point de vue centré non plus sur la transmission d'un message, mais sur le [message lui-même](#), évitant ainsi les [dangers](#) d'instrumentalisation technique (voir sur ce point [philosophie des réseaux](#)).

Il est composé de six **facteurs**. À chacun de ces facteurs est lié une **fonction** du [message](#), explicitée par [Jakobson](#).

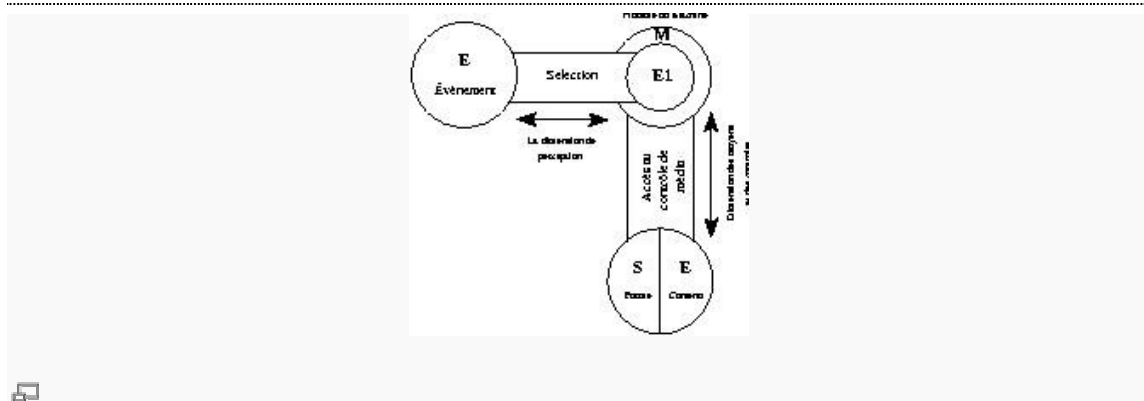
- Le **destinateur**, lié à la fonction **expressive** du [message](#),
- Le [message](#), lié à la fonction **poétique** du [message](#),
- Le **destinataire**, lié à la fonction **conative** du [message](#),
- Le [contexte](#), l'ensemble des conditions ([économiques](#), sociales et [environnementales](#) principalement) extérieures aux messages et qui influence sa compréhension, lié à la fonction **référentielle** du [message](#),
- Le [code](#), [symbolisme](#) utilisé pour la transmission du message, lié à la fonction **métalinguistique** du [message](#),
- Le **contact**, liaison physique, psychologique et sociologique entre [émetteur](#) et [récepteur](#), lié à la fonction **phatique** du [message](#).

On notera l'apparition ou la réapparition des trois dernières notions ([contexte](#), code, [contact](#)) qui complètent énormément la vision d'ensemble sur ce qu'est une communication.

Certains facteurs peuvent être considérés comme des [agents de communication](#) (destinataire) Sur le contexte, voir l'article [perception de l'environnement](#).

Ces travaux sont à lier à l'impulsion linguistique de [Ferdinand de Saussure](#), conceptuelle de Shannon et Weaver, et philosophique de [John L. Austin](#).

### Modèle de Gerbner



[George Gerbner](#), sociologue des [années 1950](#), avait l'ambition de formuler un modèle général de la communication. Il présente en [1956](#) un modèle beaucoup plus complexe que les précédents. Son modèle s'articule autour de deux propositions essentielles :

- Il lie le message au [contexte](#), ainsi il permet de le renseigner sur la signification du [message](#).
- Il décrit le processus de communication comme un ensemble à deux dimensions : une perceptive et une autre dimension pour le contrôle.

Le trait particulier de ce modèle est qu'on peut l'appliquer aux différentes formes de communication en fonction du [contexte](#). Il convient à un acte de [communication interpersonnelle](#) entre deux [personnes](#) mais aussi au processus plus complexe de la [communication de masse](#).

### Modèle de Newcomb

[Theodore M. Newcomb](#), 1953, présente le modèle ABX triangulaire et devient le premier à introduire le rôle de communication dans la relation sociale.

Newcomb relève dans les relations sociales deux dimensions. L'attitude, qui est la qualité du lien affectif, et l'union qui est la spécificité du lien. À travers ces deux grilles d'analyse, il va s'intéresser à l'équilibre ou le déséquilibre d'une relation sociale. Une relation est dite équilibrée lorsque les attitudes ont la même orientation. Son hypothèse est que nous sommes tous à la recherche d'un équilibre dans la situation de communication. S'il n'est pas atteint, nous souhaiterons alors soit réduire ce déséquilibre, soit rompre la relation. Newcomb s'intéresse donc à la notion de similarité, à leur possession, leur association ou à leur contraire.

Il nous fait également remarquer que les relations se nouent généralement autour d'un objet (thème de conversation, une personne, une passion commune...). Il exposera par la suite 8 schémas de relation, dont 4 modèles équilibrés et 4 modèles déséquilibrés.

Le modèle de Newcomb soulève donc des faits essentiels selon quoi toute situation de communication met en présence des individus caractérisés par des attitudes, des motivations et que toute situation de communication peut être un moyen de faire évoluer une relation. La communication est donc ici appréhendée comme un phénomène dynamique et complexe et non mécanique.

### **Modèle de Riley et Riley**

---

Dans ce modèle est considéré en premier lieu l'appartenance des individus humains à des groupes. L'émetteur rebaptisé communicateur, et le récepteur sont donc distribués dans des groupes primaires (familles, communauté, petits groupes...) sociologiques.

Ces groupes influeraient la façon de voir, de penser et de juger de leurs membres. Et ces groupes évoluent dans un contexte social dont ils dépendent.

Ce modèle de Matilda White Riley et de John White Riley introduit de nouvelles notions, notamment celle de contexte et d'appartenance à un groupe, liées à la sociologie. De plus ce modèle est le premier à prendre en compte la notion d'une boucle de rétroaction, entre l'émetteur et le récepteur. Cela montre qu'il y a réciprocité et inter-influence entre les individus.

Ce modèle est à l'origine des travaux sur la communication de groupe.

### **Sciences connexes à la Communication**

---

La communication est liée à de nombreuses autres sciences, dont elle est une composante, s'est inspirée, ou auxquelles elle a participé à l'envol: La communication de crise - C'est une branche de la communication encore assez mal connue. Il est vrai qu'elle date

- Les Sciences de l'information et de la communication
- Le management : Gestion d'équipe dans un cadre de projet.
- Les relations publiques : Gestion de la communication avec le monde extérieur, le public, et gestion de l'opinion publique.
- Les sciences cognitives et la gestion des connaissances.
- La pédagogie et la didactique : Sciences de l'apprentissage et de la manière de faire apprendre (à lier avec l'éducation, le dressage, l'instruction, l'andragogie voire le conditionnement) les savoirs
- Le marketing, parfois appelé mercatique, dont découle la stratégie de communication.
- La réseautique, liée à la communication entre appareils informatiques (l'informatique étant la contraction d'information automatique).
- La communication de crise, sur la gestion de la communication en période de crise.
- La théorie de l'information issue de diverses théories de (Norbert Wiener sur l'entropie informationnelle, ou autres).
- La Sémiologie qui est la science d'étude des signes, et de l'étude du signifiant et du signifié qui leur sont liés et son application, la Sémiotique.

## Auteurs pertinents dans le champ

---

- [Noam Chomsky](#)
- [Roland Barthes](#)
- [Gregory Bateson](#)
- [Philippe Breton](#)
- [Robert Escarpit](#)
- [Elihu Katz](#)
- [Pierre Lévy](#)
- [Armand Mattelart](#)
- [Marshall McLuhan](#)
- [Abraham Moles](#)
- [Pierre Musso](#)
- [Érik Neveu](#)
- [Paul Watzlawick](#)
- [Yves Winkin](#)
- [Dominique Wolton](#)
- [Stuart Hall](#)
- [Jacques Perriault](#)