

Modèles de communication

Pour imprimer sur 4 pages

MODÈLE DE SHANNON ET WEAVER / MODÈLE DE LASSWELL /
MODÈLE DE RILEY&RILEY / FEED BACK / JAKOBSON

Pour les premiers théoriciens, la communication se limite au transfert d'une information entre une source et une cible qui la reçoit. Elle est présentée comme un système linéaire et mécanique sans encrage sociale. On parle de conception télégraphique.

MODÈLE DE SHANNON ET WEAVER (1949)

Shannon était un ingénieur, Weaver, un philosophe. Leur préoccupation essentielle était de régler les problèmes de transmission télégraphique : le signal devait arriver au niveau de la cible dans l'état le plus proche de ce qu'il était au niveau de la source. Ce signal peut être affecté ou brouillé, voir déformé par un phénomène de bruit. La communication est réduite à la transmission d'une information.

**SOURCE - MESSAGE -(bruit)- CODAGE - DÉCODAGE - MESSAGE -
DESTINATAIRE**

AVANTAGES : ce modèle va mettre en lumière les facteurs qui vont perturber la transmission de l'information (bruit).

INCONVÉNIENT: c'est un schéma simpliste qui ne peut s'appliquer à toute les situations de communications. Il ignore la pluralité des récepteurs. Il laisse de coté les éléments psychologiques et sociologiques. Il y a absence de boucle de rétroaction.

LE MODÈLE DE HAROLD D.LASSWELL

Il fut l'un des premiers à s'intéresser à la communication de masse. Selon lui, on peut décrire "convenablement une action de communication en répondant aux questions suivantes " :

Qui, dit quoi, par quel canal, a qui et avec quel effet ? "

- **QUI** : correspond à l'étude sociologique des milieux et organismes émetteurs (motivation de communiquer).

- **DIT QUOI** : se rapporte au message, à l'analyse de son contenu.

- **PAR QUEL CANAL** : désigne l'ensemble des techniques qui à un moment donné et pour une société déterminée, diffusent à la fois l'information et la culture.

- **A QUI** : vise l'audience, les publics avec des analyses selon des variables (âges, sexe...)

- **AVEC QUEL EFFET** : suppose une analyse des problèmes d'influence du message sur l'auditoire.

Le modèle de Lasswell conçoit la communication comme un processus d'influence et de

persuasion.

AVANTAGES : L'intérêt essentiel de ce modèle est de dépasser la simple problématique de la transmission d'un message et d'envisager la communication comme un processus dynamique avec une suite d'étapes ayant chacune leur importance, leur spécificité et leur problématique. Il met aussi l'accent sur la finalité et les effets de la communication.

LES LIMITES : Il s'agit d'un modèle assez simpliste. Le processus de communication est limité à la dimension persuasive. La communication est perçue comme une relation autoritaire. Il y a absence de toute forme de rétroaction, et le contexte sociologique et psychologique n'est pas pris en compte .

Avec ces 2 modèles, la communication est vue comme un processus linéaire centré sur le transfert d'informations. De plus, ils présentent des situations de communication dégagées de tout contexte. Ces modèles sont tirés des héritiers d'une tradition psychologique (Béhavioristes). Le rôle de l'émetteur et du récepteur sont totalement différenciés. Le récepteur est considéré comme passif, ce qui est tronqué car il existe une inter-influence entre l'émetteur et le récepteur.

DE NOUVEAUX CONCEPTS

En introduisant le notion de contexte et de Feedback, certains chercheurs ont tenté de corriger les défauts de ces premiers modèles.

MODÈLE DE RILEY & RILEY

Dans ce modèle, les auteurs nous rappellent que nous sommes des individus qui appartiennent à des groupes. Le communicateur et le récepteur sont donc restitués dans des groupes primaires (familles, communauté, petits groupes...). Ces groupes primaires sont des groupes d'appartenance, ils influent la façon de voir et de juger. Ces groupes évoluent eux-mêmes dans un contexte social dont ils dépendent.

L'avantage de ce modèle, c'est l'apparition d'une boucle de rétroaction entre l'émetteur et le récepteur qui montre l'existence d'un phénomène de réciprocité, d'une inter-influence entre les individus en présence.

LE FEED-BACK (les travaux de Wiener sur la cybernétique)

Le feed-back désigne la réaction du récepteur au message émit et son retour vers l'émetteur. Cette notion de Feed-Back a permis aux chercheurs en sciences-sociales, de franchir un pas en passant d'une vision linéaire de la communication, à la conception d'un processus circulaire. On distingue 2 formes de Feed-Back : le Feed-Back positif et le Feed-Back négatif. Le Feed-back positif est celui qui conduit à accentuer un phénomène avec un effet boule de neige (énervement entre 2 personnes). Le Feed-back négatif peut être considéré comme un phénomène de régulation qui tend à maintenir la relation dans un état de stabilité

et d'équilibre.

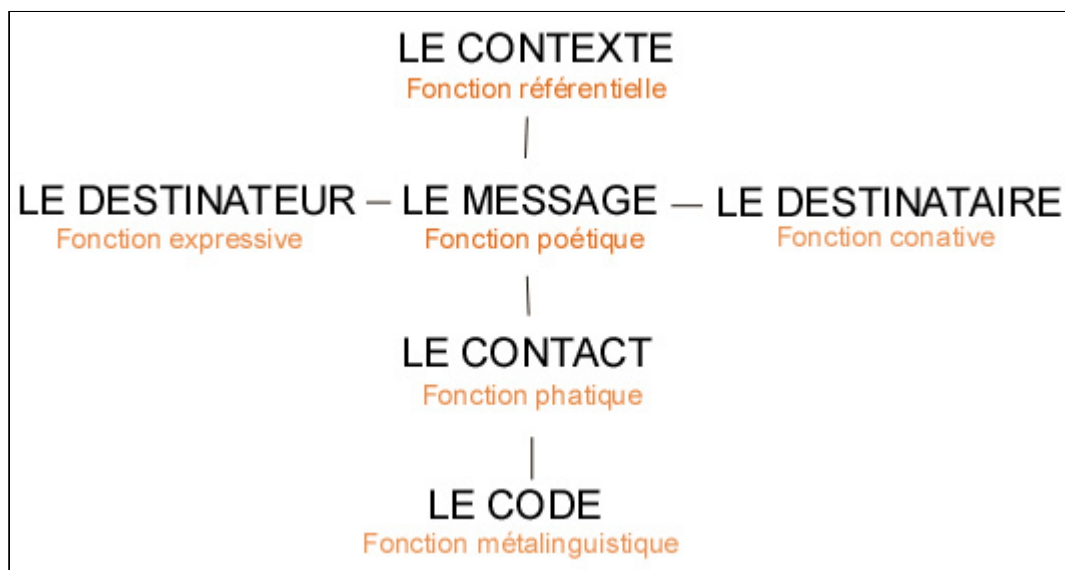
L'ÉCHANGE LANGAGIER

L'intérêt essentiel des linguistes, c'est d'avoir rompu avec la perception mécaniste. Ils ont montré que la communication impliquée de nombreux facteurs remplissant des fonctions diversifiées qui concourent tous à la signification du message.

L'APPORT DE JAKOBSON

Le modèle de Jakobson développe une réflexion sur le message dans la communication verbale.

Ce modèle est composé de 6 facteurs : **le destinataire; le message; le destinataire; le contexte; le code; le contact.**



Le message suppose un codage et un décodage, d'où l'introduction du facteur **code**.

Le contact est la liaison physique et psychologique entre l'émetteur et le récepteur.

Le contexte est l'ensemble des conditions sociales.

La principale originalité de ce modèle, c'est qu'à ces 6 facteurs correspondent 6 fonctions :

La fonction expressive : Consiste à informer l'émetteur sur la personnalité de celui qui transmet le message : volonté d'exprimer les pensées, les critiques à leur égard (communication de crise).

La fonction conative : cette fonction va efforcer le destinataire à agir sur le destinataire (inciter à écouter, à agir, à émouvoir). Cette fonction apparaît clairement dans les situations où la finalité de la communication est de faire agir le destinataire, dans le sens souhaité par le destinataire. (Avec Carrefour, je positive)

La fonction phatique : cette fonction est relative au contact. Elle permet de provoquer et de maintenir le contact. (Utilisée dans la publicité, elle est souvent visuelle, couleurs flashy. Il peut s'agir aussi des figures de rhétoriques.)

La fonction métalinguistique : Cette fonction s'exerce lorsque l'échange porte sur le code lui-même et que les partenaires vérifient qu'ils utilisent bien le même code. Cette fonction consiste donc à utiliser un langage pour expliquer un autre langage. Fonction de traduction. (est-ce que vous me suivez ?) (Dans une publicité, un slogan écrit en anglais dans une pub française, rappel l'origine de la marque.)

La fonction référentielle : Cette fonction est orientée vers le contexte dans la mesure où c'est de lui que va dépendre le message.

La fonction poétique : Ne se limite pas à la seule poésie, car tous message est expressif. Cette fonction se rapporte à la forme du message dans la mesure où elle a une valeur expressive propre. (Puis-je me permettre d'emprunter votre crayon ? - File moi ton crayon - peux tu me passer ton crayon?)

En analysant ces 6 fonctions du langage, dont Jakobson dit qu'elles "ne s'excluent pas les unes les autres,

mais que souvent elles se superposent" on peut remarquer que :

- 3 d'entre elles (expressive - conatif - phatique) sont du domaine du langage analogique, c'est à dire de la relation.

- Les 3 autres (référentielle - métalinguistique - poétique) sont du domaine du langage digital, c'est à dire du contenu.