

Les modélisations de la communication

- Enseignements - Théories -



Date de mise en ligne : mercredi 15 novembre 2006

Description :

Il s'agit ici de définir ce qu'est la communication et de revenir brièvement sur les modèles qui permettent de mieux l'appréhender (schéma linéaire de la communication, schéma circulaire, Lasswell, Shannon et Weaver...)

Copyright © Vincent Rouzé - Tous droits réservés

Avec le développement de l'industrialisation et de l'économie marchande d'une part, l'apparition des nouveaux médias (la radio, la presse, le téléphone puis la télévision...). D'autre part, la communication est peu à peu devenue centrale tant sur les plans technique et organisationnel que politique et marchand.

Introduction

Au départ, l'enjeu était bien évidemment de mesurer les effets de la publicité naissante mais aussi de tenter de transformer (en profondeur) les comportements (Ewen, 1983) [1]. Parallèlement, les évolutions cybernétiques, informatiques et l'approche systémique ont conduit à faire des progrès techniques une panacée universelle, vectrice de démocratie et d'équilibre. Si bien qu'aujourd'hui, tout problème devient problème de communication sans que l'on sache vraiment ce que cela signifie. Est-ce un problème d'échange, de circulation d'informations, de mise à jour technique, de marketing, de mise en visibilité, de politique interne ou externe ou encore de rapports humains ? Pour tenter de mieux cerner la communication, il convient de revenir sur sa définition et les schémas sur lesquels elle repose. De fait, les recherches en Infocom se sont construites sur les bases de ces modèles.

Pour une première définition de la communication

Étymologiquement le terme communication signifie "rendre commun, être en relation avec". Au XIV^{ème} siècle : ce mot est proche de « communion », de « partage », de « participation ». A partir du XVI^{ème} et XVII^{ème} siècle, il devient synonyme d'accès, de passage. Cette nouvelle conception est liée au développement des nouveaux moyens de transports, des chemins, des routes et des canaux (les voies de communication). Au XIX^{ème} siècle enfin, en raison de l'essor des nouvelles techniques d'échanges de biens, de marchandises et d'informations (trains, télégraphe...), il prend le sens de « transmission ».

Selon Remy Rieffel :

« La communication serait donc ce qui permet d'établir une relation entre les personnes, entre des objets ou entre des personnes et des objets. Elle désigne soit l'action (échange, transmission) , soit le résultat de cette action (données, signes, sons...) ».

[2]

D. Wolton souligne le fait que le mot « Communiquer » est un verbe qui regroupe deux significations relatives à son usage. Lorsqu'il est intransitif, il signifie « mise en relation » ; lorsqu'il est transitif il signifie « transmettre ». Je communique quelque chose à quelqu'un. [3]

Pour les membres de l'Ecole de Palo Alto comme Watzlawick, Beavin ou Jackson, il convient d'ajouter à cela l'importance de la communication digitale (basée sur un code symbolique comme la langue) et de la communication analogique("naturelle". Elle ne nécessite pas de connaître le code pour être comprise). En résumé, la communication est à la fois verbale et non verbale. La kinésique (mouvements du corps), les silences, les postures... sont autant d'indices ou indicateurs communicationnels.

Or communiquer (de façon verbale ou non verbale), dans l'idée d'échanger ou de transmettre requiert trois éléments fondamentaux : un message, un émetteur, un récepteur. C'est la raison pour laquelle, les chercheurs ont tenté de

comprendre et d'expliquer la circulation des messages et des symboles en modélisant la communication selon des schémas linéaires ou circulaires.

Le schéma linéaire

- Lasswell & les 5 W Le premier schéma linéaire de la communication s'est vu réalisé par le sociologue Harold D. Lasswell . Inscrit dans un vaste programme de recherche, son projet s'articule autour de cinq questions définissant la communication :
 - Qui ? dit quoi ? comment ? a qui ? avec quels effets ?

C'est à dire définir un premier modèle présentant les éléments suivants :

- Émetteur - message - canal - récepteur - effets

Outre le succès de la formule, ce programme offrait l'avantage de convenir à différentes recherches en offrant la possibilité de se concentrer sur l'un ou l'autre des aspect de la communication. Toutefois, elle s'inscrit dans une vision linéaire puisqu'elle appréhende la communication selon un modèle causal : l'émetteur produit toujours des effets similaires sur le récepteur.

- Shannon & Weaver ou le schéma mathématique de la communication

Dans une optique similaire, les mathématiciens Shannon et Weaver proposent toutefois un modèle de communication un peu différent. A la demande des laboratoires Bell System (filiale de ATT (American Telegraph and Telephone)), le mathématicien Claude Elwood Shannon publie en 1948 une monographie qui fera date dans l'histoire. La théorie mathématique de la communication « The mathematical theory of communication » [\[4\]](#) . Enrichie des commentaires Warren Weaver, elle s'attache à montrer que toute transmission d'informations peut être formalisée selon un schéma mathématique simple. (présenté ci-dessous) Si elle était en premier lieu destinée à un usage technique, elle est bientôt devenue, par analogie, un modèle appliqué à la communication elle même.

Il se décompose comme suit :

► <img6.gif|center>

Modèle linéaire

Cette conception linéaire de la communication postule ainsi pour une analyse conférant une neutralité des instances émettrices et réceptrices. Ce qui importe dans ce modèle technique et ingénierial, c'est la transmission du message. Mais si Shannon ne parle que de la transmission d'informations, Weaver va plus loin en montrant que ce système est applicable à tout acte de communication. Par des exemples simples tels que le téléphone ou la radio, il met ainsi en application ce schéma et prouve ainsi sa validité.

Comme le montre Yves Winkin,

« Shannon parlait d'abord d'information, dans le sens très particulier de mesure quantitative de l'incertitude d'un message en fonction du degré de probabilité de chaque signal composant ce message. Weaver parle plutôt de communication » [5]

Elle est ainsi à l'origine d'une confusion entre les deux termes, si bien que l'on parle indifféremment de « théorie de l'information » ou « théorie de la communication ».

Notons au passage que cette confusion peut aussi être imputée à un autre courant de recherche : la cybernétique. Dans « Cybernetics or Control and communication in the animal and machine », Norbert Wiener, père fondateur de la cybernétique et ex professeur de Shannon, montre comment « l'information » est la base de l'organisation de la société à venir. Bien que le titre mentionne le terme communication, Wiener développe moins une théorie de la communication que celle de l'information et de sa libre circulation [6]. Car selon lui, face à l'entropie qui menace la société (le cas de la guerre et de ces manipulations par exemple), il convient de libérer l'information de toute entrave étatique et hiérarchique. Cette « nouvelle utopie » [7] que l'on retrouve aujourd'hui dans les discours sur l'internet ou sur les médias, prône ainsi la multiplication des réseaux d'échanges de l'information ainsi que sa transparence.

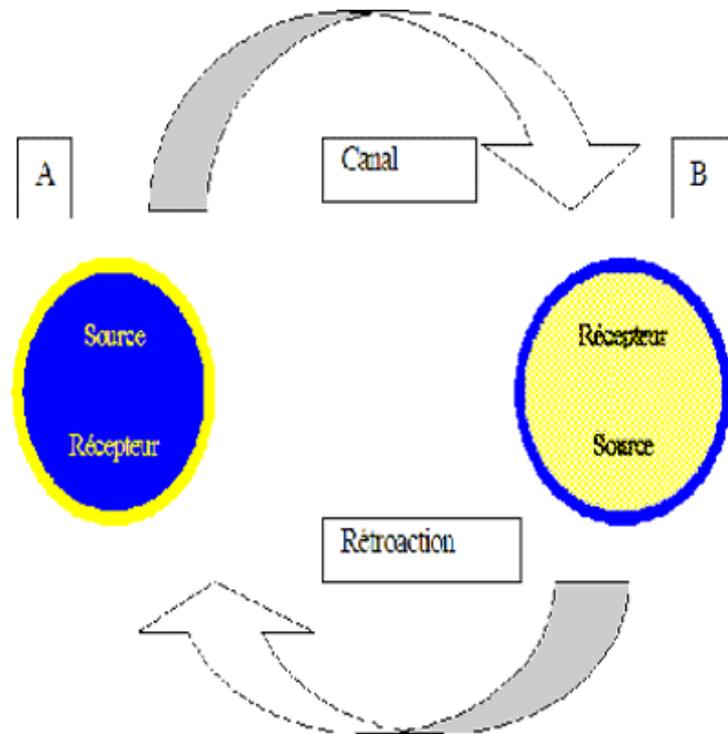
Il faudra attendre les années 40-50 pour qu'un autre sociologue américain, Paul Lazarsfeld, vienne relativiser ces résultats en affirmant que le processus de réception n'est pas si immédiat. En proposant son "two-step flow of communication", il tente de montrer que la réception est plus complexe que ne le laissent supposer les études précédentes. Selon lui, la communication oeuvre sur deux niveaux différents. Le premier concerne les personnes directement en contact avec les médias. Le second au contraire englobe ceux qui n'ont pas un accès direct à l'information et dépendent des autres pour l'obtenir. Il postule en quelque sorte une hiérarchisation de la communication puisque les leaders d'opinions (appartenant au premier ensemble) transmettent de façon interpersonnelle l'information aux seconds. Ceci vient relativiser la théorie de Lasswell et les propos tenus jusqu'ici sur l'effet « totalitaire » de la communication de masse. On retrouve cette distanciation dans la célèbre formule avancée des 1949 par Charles Berelson :

« Certains types de communication se référant à certains types de problèmes, qui s'adressent à certains types de personnes qui se trouvent dans certaines conditions, produisent certains types d'effets » [8]

Le schéma circulaire

Aujourd'hui les modèles adoptés par les chercheurs ne sont plus linéaires mais circulaires. De fait, chacun s'accorde à reconnaître que la communication médiatisée correspond à une dynamique, à un flux et non pas à un état (voir l'inspiration cybernétique et systémique de la communication. Il se caractérise comme suit :





Modèle circulaire

Prenons un exemple d'application de ce schéma : celui d' Abraham Moles.

En 1967 sous le titre « Sociodynamique de la culture », il intègre la logique d'action dans un schéma circulaire original et novateur. Prenant appui sur les théories cybernétiques, il propose de rompre avec les dualités culturelles déjà présentées en réintégrant les créations savantes et populaires au sein d'un parcours dynamique. Par là, le père du Kitsch vise à désamorcer la linéarité causale inhérente aux recherches portant sur la culture de masse. Car selon lui, il y a interaction permanente entre la culture et le milieu qui la porte. Il convient donc aussi de considérer les mouvements et l'environnement extérieur comme facteur d'influence.

En fait, comme tout schéma intégrant la rétroaction, la communication est ici circulaire et forme un cycle composé de quatre éléments fondamentaux.

Tout d'abord, les créateurs qui produisent des oeuvres, des idées, des concepts. Ces derniers sont l'objet d'un premier filtrage par des micro milieux possédant les outils pour les juger et les classer. Il s'ensuit un premier découpage : certaines oeuvres resteront confidentielles et partagées par ces micro milieux, tandis que d'autres connaîtront une diffusion plus large en étant relayées par les medias.

Passage par les mass media qui concoure à la transformation de ces « productions » artistiques en produits culturels. C'est-à-dire qu'elles deviennent des objets de consommation et sont régies par les lois du marché. Dès lors, ces produits se socialisent dans ce que Moles qualifie de macromilieu. La société contribue à modifier les oeuvres par les usages qu'elle en fait, et ce faisant contribue à en faire un élément culturel patrimonial. Dès lors le système se stabilise et donne naissance à de nouvelles productions qui poursuivront ce cycle.

L'intérêt de ce schéma est double. D'une part, il rend compte des étapes non linéaires existant dans un processus allant de la création à la réception. Ensuite, il vise à réintégrer les acteurs dans les processus de création et de réception.

[1] Ewen, S. Conscience sous influence. Publicité et genèse de la société de consommation, Paris, Aubier-Rès, 1983

[2] Rieffel Remy, (1995), Notions et modèles in BERTRAND J.C. (sous la direction de), (1995), Médias, Introduction à la presse, la radio et la télévision, Ellipses, PARIS, p. 14

[3] Wolton Dominique, Penser la communication, Flammarion, Paris, 1997

[4] Shannon C, Weaver W., (1949), The mathematical Theory of communication, Urbana, University of Illinois Press, (trad fr., (1975), la théorie mathématique de la communication, Retz-CEPL, Paris),p.69

[5] Winkin Yves, (2001), Anthropologie de la communication, Ed. Seuil, 1996, Paris, p.31

[6] Winkin Y.,ibid.

[7] Breton Philippe., (1997), L'utopie de la communication, Ed. La Découverte & Syros, Paris

[8] Berelson B., (1949), « Communication and public opinion », in Mass Communications, W. Schramm, (Dir.), Illinois University Press, Urbana, Champaign, 1949,p.500 cité par A. Mattelart, (1992), p. 104