

## **Les notions de base en sciences de l'information et de la communication**

### 1) Présentation générale du travail

Objectifs :

1. Quelles sont les dimensions principales ou prioritaires pour comprendre, saisir une communication ?
2. Quels sont les principaux modèles proposés pour comprendre, analyser une communication ?
3. Quels sont les principaux objectifs auxquels une communication semble répondre ?
4. Quelles sont les principales disciplines qui s'occupent de la communication ?

### 2) Principaux résultats du travail

1. Quelles sont les dimensions principales ou prioritaires pour comprendre, saisir une communication ?

Le processus de communication pouvant être décrit comme la transmission d'un message d'un émetteur à un ou plusieurs récepteurs, il nécessite, pour avoir lieu, que les conditions concernant la médiatisation de message soient réunies. La communication est avant tout un phénomène cognitif. Lorsque des technologies de télécommunication sont employées, elle doit s'appuyer sur des fonctions complexes. Une communication est gravée dans un contexte qui donne le sens de l'échange. Elle a lieu à un instant donné, dans un lieu donné, et vis à vis d'une situation, d'un événement donné. On définit par contexte l'environnement qui accompagne une communication. Il peut générer du bruit, ou être source d'interférences (modèle de Shannon).

### **En linguistique,**

le contexte d'une phrase est déterminant pour comprendre le sens par rapport au signe. Le contexte intervient également dans des enjeux tels que la culture d'une communauté de personnes, le rôle de l'évolution des médias dans l'essor des communications, l'impact de la langue, notamment véhiculaire, etc. 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.

Ainsi, six éléments sont à prendre en compte :

**Le contenu:** qu'est ce qui est communiqué ?

**La source (auteur, émetteur, locuteur) :** par qui ?

**La forme:** de quelle manière ? (le « langage » : style, procédés, termes, lexique)

**Le moyen (canal, support, média) :** par quelle voie de communication ? (écrit, oral, gestes)

**Le destinataire (récepteur) :** à qui ? (enjeu déterminant qui varie selon la représentation que l'auteur a de son public : ce décalage justifie l'existence des conseillers en communication)

**Le but:** avec quels résultats ? (diffère suivant les types de communications)

## **2. Quels sont les principaux modèles proposés pour comprendre, analyser une communication ?**

Il existe différents modèles de représentation et donc différentes façons d'aborder ce qu'est une communication selon les facteurs que l'on prend en compte :

### **Le Modèle de Shannon et Weaver**

« le modèle canonique de la communication » (1948) répond à un besoin technique.  
Source □ émetteur □ message □ récepteur □ destinataire, dans un contexte de bruit.  
Adéquat à décrire la communication entre machines, ce schéma simple et linéaire (considère que le récepteur est unique et passif) est impropre à la modélisation de la communication humaine.

### **Le modèle de Lasswell**

Il traduit la communication de masse à travers les questions : « Qui, dit quoi, par quel canal, à qui et avec quel effet ? » et répond à un besoin sociologique.

Ce modèle conçoit la communication comme étant un processus d'influence et de persuasion, très proche de la publicité. Il 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).

Il néglige cependant 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.

### **Le modèle de Jakobson (1960)**

est essentiellement basé sur la linguistique. C'est un schéma de la communication verbale qui développe un point de vue centré non plus sur la transmission d'un message, mais sur le message lui-même. À chacun des six facteurs inaliénables à la communication correspondent une fonction du langage :

Le destinataire (fonction expressive), le message (fonction poétique), le destinataire (fonction conative), le contexte (fonction référentielle), le code (fonction métalinguistique), et le contact (fonction phatique).

### **Le modèle ABX triangulaire**

Présenté en 1953 par Theodore M. Newcomb, est le premier à introduire le rôle de communication dans la relation sociale. En 1957 B.H. Westley et M.S. Mac Lean reprennent l'idée du besoin social de l'information que l'on retrouve chez Newcomb et l'adapte spécifiquement à la Communication de masse.

### **Le modèle de Gerbner (1956)**

est un modèle beaucoup plus complexe que les précédents : il lie le message au contexte et décrit le processus de communication comme un ensemble à deux dimensions :

une perceptive et une autre dimension pour le contrôle. Ce modèle est peut être appliqué 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.

Pour Matilda et John Riley, l'émetteur (rebaptisé communicateur) et le récepteur sont influencés par leur environnement social. Ce modèle, qui sera à l'origine des travaux sur la communication de groupe, 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.

## **3. Quels sont les principaux objectifs auxquels une communication semble répondre ?**

D'après la définition anglaise, le but principal de la communication est « d'échanger des informations par différentes méthodes ».

Dans la version française, les objectifs principaux sont séparés en trois parties :

\*Les Sciences de l'information et de la communication considèrent, tout comme dans la définition anglaise, que la communication est « centrée sur la transmission d'informations » ;  
\*La psychosociologie définit la communication comme « prenant 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. » La transmission d'information n'est alors qu'une partie du processus de communication.

\*Enfin, l'approche de la psychanalyse traite de la communication intrapsychique.

L'objectif premier de la communication est ainsi de faire passer un message, même si l'avènement de l'internet dans les années 1990 a suscité chez les philosophes et sociologues (Pierre Musso, Philippe Breton) un nouveau diagnostic : la communication a tendance à être instrumentalisée par les outils de télécommunication et les technologies de l'information.

Il reste établi que 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.

En tant que processus pour la mise en commun de l'information ou des connaissances, la communication peut se rapprocher de termes tels que : exprimer des sentiments, converser, parler, correspondre, écrire, écouter et échanger.

Il est important de noter que la communication est souvent associée au principe de respect dans l'environnement social. Un des objectifs importants devient alors d'aider les gens à se sentir bien avec eux-mêmes et avec leurs amis, et avec les autres.

#### **4. Quelles sont les principales disciplines qui s'occupent de la communication ?**

L'étude de la communication relève de trois domaines :

- \* Les sciences du langage (linguistique et la sociolinguistique, sémiotique)
- \* L'anthropologie et la sociologie
- \* Les sciences de l'information et de la communication (maîtrise des procédés et dispositifs techniques, intellectuels et culturels de l'information) .

De nos jours, la place qu'occupent les médias dans la communication est écrasante. Médias électroniques, issus de la révolution des télécommunications du siècle dernier, ou médias de masse (radio, journaux de masse et magazines).

Le Marketing est aussi une des grandes disciplines dans laquelle la communication occupe une place primordiale. La définition donnée par l'article anglais donne une liste non-exhaustive des stratégies de communication qui sont utilisés en marketing.

### **3) Références**

**Elisa Frantz , Cours ICL 2A 01c « Notions de base en sciences de l'information et de la communication adaptées au contexte interculturel » INALCO – C.I.L.M. 2007 – 2008.**