

**Chapitre IV**  
**Théories et Modèles de**  
**Communication**

# Chapitre IV : Théories et Modèles de Communication

## 1. Définir la Communication dans un Contexte Cognitif

Dans une perspective cognitive, la communication transcende la simple transmission d'informations entre individus. Elle se manifeste comme un processus dynamique et interactif, où l'encodage, la transmission et le décodage des messages sont interconnectés par des mécanismes cognitifs complexes. Cette approche met en lumière les divers éléments qui influencent la manière dont les individus conçoivent, interprètent et réagissent à l'information.

### 1.1. L'encodage : Un processus complexe et actif

L'encodage est le premier stade de la communication, où l'émetteur transforme ses pensées et idées en un message symbolique. Ce processus va bien au-delà d'une simple formulation de mots ; il nécessite une organisation mentale minutieuse. Voici quelques éléments clés impliqués dans l'encodage :

**Mémoire de travail** : Ce mécanisme cognitif joue un rôle essentiel dans le maintien et le traitement des informations. Lorsque l'émetteur formule un message, il s'appuie sur sa mémoire de travail pour organiser ses idées et déterminer le contenu pertinent à transmettre. Par exemple, lorsqu'un enseignant prépare un cours, il doit sélectionner les concepts les plus significatifs à partager tout en tenant compte de la capacité d'attention de ses élèves.

**Connaissances antérieures** : L'encodage est également influencé par les connaissances préexistantes de l'émetteur. Les expériences vécues, les croyances et les valeurs personnelles façonnent le contenu du message. Par exemple, un professionnel de la santé qui communique des informations sur la santé reproductive peut s'appuyer sur ses connaissances médicales et ses interactions antérieures avec des patients pour rendre son message plus accessible et pertinent.

**Clarté et formulation** : La capacité à formuler des idées clairement est cruciale pour un encodage efficace. L'émetteur doit choisir des mots appropriés, utiliser des structures grammaticales correctes et organiser logiquement ses idées pour

## Chapitre IV : Théories et Modèles de Communication

maximiser la compréhension. Des études montrent que des messages bien structurés et clairs sont plus susceptibles d'être compris et mémorisés par le récepteur.

### 1.2. La transmission : Un canal et ses défis

La transmission du message est la phase où l'encodage prend forme à travers un canal de communication. Ce canal peut être oral, écrit ou visuel, et chacun présente ses propres caractéristiques et défis :

**Canaux de communication** : La sélection du canal approprié est cruciale. Par exemple, la communication verbale, comme un discours en public, permet une interaction immédiate et des retours instantanés, tandis que la communication écrite, comme un courriel, offre le temps de réfléchir et de reformuler le message. La nature du canal peut influencer la manière dont le message est reçu et interprété.

**Interférences et bruit** : L'efficacité de la transmission dépend également de l'absence de bruit ou d'interférences. Le bruit peut être défini comme toute perturbation qui altère le message, qu'il soit physique (par exemple, des bruits de fond), sémantique (un jargon inapproprié) ou psychologique (préjugés et émotions du récepteur). Pour illustrer, une présentation dans une salle bruyante peut nuire à la réception du message, entraînant des malentendus ou des interprétations erronées.

### 1.3. Le décodage : Interprétation et signification

Le décodage est l'étape finale où le récepteur interprète le message. Ce processus est tout aussi complexe et implique plusieurs mécanismes :

**Reconnaissance des symboles** : Pour comprendre un message, le récepteur doit être capable de reconnaître et d'interpréter les symboles utilisés par l'émetteur. Cela inclut non seulement les mots, mais aussi les gestes et les expressions faciales, qui jouent un rôle crucial dans la communication non verbale.

## Chapitre IV : Théories et Modèles de Communication

**Compréhension des structures grammaticales** : La maîtrise des règles grammaticales est essentielle pour interpréter correctement le sens d'un message. Par exemple, un changement de temps verbal peut altérer la signification d'une phrase. Les récepteurs doivent être familiarisés avec la langue et les conventions linguistiques pour éviter des interprétations erronées.

**Activation des schémas cognitifs** : L'interprétation d'un message est également influencée par les schémas cognitifs, qui sont des structures mentales que les individus utilisent pour organiser et interpréter l'information. Ces schémas sont façonnés par les expériences passées, les croyances et les attentes. Par exemple, une personne qui a vécu des expériences négatives avec un groupe spécifique peut interpréter un message d'un membre de ce groupe de manière biaisée.

### 2. Théories Classiques et Modernes de la Communication

Les premières théories de la communication, comme le modèle de Shannon et Weaver (1949), ont été fondamentales pour établir une base dans le domaine de la communication, mais elles présentaient certaines limitations. Ce modèle, largement reconnu, adopte une approche linéaire et se concentre principalement sur les aspects techniques de la transmission d'informations. Dans cette perspective, l'émetteur envoie un message à un récepteur via un canal, avec l'objectif principal de minimiser le bruit et les interférences. Toutefois, cette vision simpliste omet des dimensions cruciales liées aux processus cognitifs qui influencent tant l'encodage que le décodage des messages.

#### 2.1. Le modèle de Shannon et Weaver : Une approche linéaire

Le modèle de Shannon et Weaver est souvent décrit comme un schéma de communication en trois étapes : l'émetteur, le canal et le récepteur. Chaque composant de ce modèle joue un rôle distinct :

**Émetteur** : La personne qui formule et envoie le message. Dans ce rôle, l'émetteur doit encoder ses pensées en un format compréhensible.

## Chapitre IV : Théories et Modèles de Communication

**Canal** : Le moyen par lequel le message est transmis, qu'il soit verbal, écrit ou visuel. Ce canal peut être sujet à divers types de bruit (physique, sémantique, etc.) qui peuvent altérer le message original.

**Récepteur** : La personne qui reçoit et décode le message. Ce processus de décodage est supposé être simple dans ce modèle, ce qui ne tient pas compte des influences cognitives et contextuelles qui affectent l'interprétation.

Bien que ce modèle ait eu un impact significatif sur le développement des technologies de communication, il est critiqué pour son approche réductionniste qui ignore la complexité des processus cognitifs impliqués dans la communication humaine.

### 2.2. *Les limites du modèle linéaire*

L'un des principaux reproches formulés à l'encontre du modèle de Shannon et Weaver réside dans sa conception statique de la communication. Il ne prend pas en compte :

**Les processus cognitifs** : L'interprétation d'un message par le récepteur implique des mécanismes complexes, tels que l'attention, la mémoire et l'expérience antérieure. Par conséquent, deux récepteurs peuvent interpréter le même message de manières très différentes en fonction de leurs schémas cognitifs.

**Le contexte social et émotionnel** : La communication est souvent influencée par le contexte dans lequel elle se déroule, notamment les relations interpersonnelles et les émotions. Ces éléments sont essentiels pour comprendre comment un message est reçu et interprété.

### 2.3. *Le modèle transactionnel : Une approche dynamique*

Avec l'évolution des recherches en psychologie cognitive, des modèles plus interactifs ont vu le jour, notamment le modèle transactionnel de la communication. Ce modèle propose une vision plus complexe et dynamique :

## Chapitre IV : Théories et Modèles de Communication

**Bidirectionnalité** : Dans ce modèle, les individus sont à la fois émetteurs et récepteurs, et les rôles peuvent changer au cours d'une interaction. Cela souligne que la communication est un processus interactif où chaque participant influence l'autre.

**Rétroaction et ajustements** : Le modèle transactionnel reconnaît que les conversations impliquent des rétroactions constantes, où les participants ajustent leurs messages et comportements en fonction des réactions de l'autre. Par exemple, un interlocuteur peut changer son ton ou ses mots en réponse aux expressions faciales de son partenaire.

**Mécanismes cognitifs** : Ce modèle prend en compte des mécanismes cognitifs comme l'attention conjointe, qui désigne la capacité des individus à se concentrer sur un objet ou une idée partagée. L'interprétation contextuelle, où le contexte influence la manière dont un message est compris, est également cruciale. Ces éléments enrichissent notre compréhension des dynamiques de communication.

### 2.4. Le modèle interactif : Contexte et perception

En parallèle, le modèle interactif de la communication met davantage l'accent sur le rôle du contexte cognitif et social dans lequel se déroulent les échanges. Voici ses caractéristiques principales :

**Perception active** : La communication est perçue comme un processus actif où les individus interprètent et réinterprètent les informations reçues en fonction de leurs expériences passées et de leurs attentes. Cela signifie que le même message peut être compris de manière très différente selon le contexte dans lequel il est reçu.

**Influence des schémas cognitifs** : Les schémas cognitifs, qui sont des structures mentales organisées que les individus utilisent pour comprendre le monde, jouent un rôle fondamental dans la communication. Ils façonnent la manière dont les individus perçoivent et interprètent les messages, ce qui rend chaque interaction unique.

## Chapitre IV : Théories et Modèles de Communication

### 3. Obstacles Cognitifs à une Communication Efficace

La communication est un processus complexe et dynamique qui est souvent entravé par divers biais cognitifs et erreurs de traitement. Ces éléments peuvent avoir un impact significatif sur l'encodage, la transmission et le décodage de l'information, ce qui complique la compréhension mutuelle. Pour mieux appréhender ces dynamiques, il est essentiel d'explorer plusieurs concepts clés issus de la psychologie cognitive, tels que la dissonance cognitive, la perception sélective et les heuristiques cognitives.

#### 3.1. Dissonance cognitive

La dissonance cognitive, introduite par Leon Festinger en 1957, désigne l'inconfort psychologique que ressent un individu lorsqu'il est confronté à des informations contradictoires par rapport à ses croyances ou attitudes préexistantes. Cet inconfort incite les individus à restaurer une cohérence cognitive, ce qui peut avoir plusieurs conséquences sur la communication :

**Réinterprétation de l'information** : Pour réduire la dissonance, une personne peut modifier sa perception de l'information reçue. Par exemple, si une personne tient des croyances politiques fortes, elle peut minimiser l'importance de faits qui contredisent ces croyances ou interpréter ces faits de manière biaisée.

**Rejet de l'information** : Les individus peuvent choisir d'ignorer ou de rejeter des informations qui créent une dissonance. Ce phénomène peut se traduire par une mauvaise réception du message, où des informations pertinentes sont écartées, empêchant ainsi un dialogue constructif.

Ainsi, la dissonance cognitive souligne l'importance des attitudes et des croyances dans le processus de communication, illustrant comment les émotions et les motivations peuvent influencer la réception et l'interprétation des messages.

## Chapitre IV : Théories et Modèles de Communication

### 3.2. Perception sélective

La perception sélective est un autre concept fondamental en psychologie cognitive qui illustre la tendance des individus à filtrer et à interpréter les informations en fonction de leurs attentes ou croyances antérieures. Ce phénomène peut affecter la communication de plusieurs manières :

**Filtrage de l'information** : Lors d'une interaction, un individu peut se concentrer uniquement sur les éléments du discours qui confirment ses idées préconçues, tout en négligeant les aspects qui pourraient contredire ces idées. Par exemple, dans un débat sur un sujet controversé, une personne peut retenir uniquement les arguments qui renforcent sa position tout en ignorant les contre-arguments.

**Distorsion du message** : Ce biais peut entraîner une distorsion du message, où l'information est interprétée de manière à s'aligner sur les croyances existantes. Ce phénomène limite la capacité des individus à engager des discussions ouvertes et à considérer des perspectives alternatives, ce qui nuit à la compréhension mutuelle.

La perception sélective démontre ainsi que la communication n'est pas seulement un acte d'échange d'informations, mais qu'elle est également influencée par les attentes et les expériences passées des interlocuteurs.

### 3.3. Heuristiques cognitives

Les heuristiques cognitives sont des raccourcis mentaux que le cerveau utilise pour traiter rapidement l'information. Bien que ces stratégies soient souvent utiles pour prendre des décisions rapidement, elles peuvent également entraîner des malentendus dans la communication :

**Effet d'ancrage** : Ce phénomène se produit lorsque les premières informations reçues influencent l'interprétation des messages ultérieurs. Par exemple, si une personne reçoit d'abord une information très négative, elle peut interpréter des messages ultérieurs de manière plus défavorable, même si ces messages ne justifient pas une telle interprétation.

## Chapitre IV : Théories et Modèles de Communication

**Biais de confirmation** : Les heuristiques peuvent également renforcer la tendance à rechercher des informations qui confirment des croyances préexistantes. Par conséquent, un individu peut privilégier des sources d'information qui soutiennent ses opinions, exacerbant ainsi les biais et limitant la diversité des perspectives considérées.

En raison de ces heuristiques, la communication devient encore plus complexe, car les individus peuvent ne pas être conscients des biais qui influencent leur interprétation des messages. Cela peut conduire à des erreurs de jugement et à des malentendus.