

## Introduction aux théories de la communication

MEUNIER, Jean-Pierre, PERAYA, Daniel

---

## Reference

MEUNIER, Jean-Pierre, PERAYA, Daniel. *Introduction aux théories de la communication*. 3e éd. Bruxelles : De Boeck, 2010, 459 p.

Available at:

<http://archive-ouverte.unige.ch/unige:17391>

Disclaimer: layout of this document may differ from the published version.



**UNIVERSITÉ  
DE GENÈVE**

Jean-Pierre Meunier  
Daniel Peraya

# Introduction aux théories de la communication

3<sup>e</sup> édition

**Licence Master Doctorat**



**de boeck**

Pour toute information sur notre fonds et les nouveautés dans votre domaine de spécialisation, consultez notre site web : [www.deboeck.com](http://www.deboeck.com)

Maquette de couverture : Cerise.be  
Mise en page : Micro Compo

© Groupe De Boeck s.a., 2010  
Éditions De Boeck Université  
Rue des Minimes 39, B-1000 Bruxelles

3<sup>e</sup> édition

Tous droits réservés pour tous pays.

Il est interdit, sauf accord préalable et écrit de l'éditeur, de reproduire (notamment par photocopie) partiellement ou totalement le présent ouvrage, de le stocker dans une banque de données ou de le communiquer au public, sous quelque forme et de quelque manière que ce soit.

Imprimé en Belgique

Dépôt légal : 158617/10  
2010  
Bibliothèque nationale, Paris : janvier 2010  
Bibliothèque royale, Bruxelles : 2010/0074/206

ISSN 0779-4614  
ISBN 978-2-8041-6044-9

## Sommaire

AVERTISSEMENT	7
PRÉSENTATION	9
EN GUISE D'INTRODUCTION	
Petite phénoménologie d'un message scripto-visuel	15
Section 1 <b>Panorama des théories de la communication</b>	31
Chapitre 1 Du modèle du télégraphe à celui de l'orchestre	33
Chapitre 2 La sémiotique structurale à la recherche des codes	49
Chapitre 3 Une première approche de l'énonciation	79
Chapitre 4 La parole comme action	93
Chapitre 5 La question de l'implicite et la pragmatique inférentielle	111
Chapitre 6 Langage et relation sociale	145
Section 2 <b>Des mots et des images</b>	155

Introduction aux théories de la communication	
<b>Section 3 Pragmatique des communications audio-scripto-visuelles</b>	<b>269</b>
Chapitre 1 Communication et relation	271
Chapitre 2 Les communications audio-scripto-visuelles	301
<b>Section 4 L'instrumentation de la communication : la communication médiatisée aujourd'hui</b>	<b>365</b>
CONCLUSION	
La vie des signes au sein de la vie sociale	425
BIBLIOGRAPHIE SÉLECTIVE	431
ANNEXE Guide pour l'analyse des messages médiatiques	445
INDEX	451
TABLE DES MATIÈRES	455

---

## Avertissement

Ce livre publié pour la première fois en 1993 est né de deux enseignements donnés d'une part, au Département de communication de l'Université Catholique de Louvain et, d'autre part, à l'Unité de technologie éducative (TEFCA) de la Faculté de psychologie et des sciences de l'éducation de l'Université de Genève. Proposer plus de 10 ans plus tard une nouvelle édition, fortement remaniée, de cet ouvrage, constitue pour nous l'opportunité de faire le point de l'évolution du domaine, d'introduire de nouveaux concepts, de nouvelles perspectives et façons d'aborder les messages audio-scripto-visuels. C'est aussi l'occasion de parcourir notre propre parcours et de revenir sur notre propre position au sein de ce domaine. Car, l'enseignement nous a contraints à d'incessantes mises à jour mais encore à de nombreuses explicitations ou reformulations afin de rendre plus clairs nos cadres de références, nos concepts et nos modèles. Mais un tel projet présente aussi plusieurs dangers dans la mesure où il suppose, par exemple, que nous supprimions certains passages, certaines façons de voir ou certaines références qui, si elles ne sont plus totalement d'actualité aujourd'hui, n'en ont pas moins constitué des étapes : l'histoire du domaine peut donc paraître moins riche ou moins complète. De plus, chacune des modifications que nous avons jugé utile d'introduire a des répercussions sur de nombreuses autres sections du texte et elle implique donc une refonte plus en profondeur de celui-ci, au risque de rendre la structure originale de l'ouvrage moins apparente. Nous avons pris conscience de la complexité d'un tel travail et des risques qu'il comporte en cours de rédaction. Nous espérons cependant que cette seconde édition sera aussi utile aux lecteurs et à nos étudiants que la première.

---

## Présentation

Que les théories de la communication et les langages audio-scripto-visuels aient été au cœur des préoccupations théoriques et des recherches dans un département de communication ne doit guère surprendre. Qu'ils l'aient été aussi dans une unité académique vouée à l'intégration pédagogique des médias et des technologies de l'information et de la communication pourrait, à première vue, paraître plus étonnant. Pourtant, considérer les processus d'enseignement et d'apprentissage, les pratiques éducatives, comme des actes de communication peut paraître évident et relever du strict bon sens : « Enseigner a un sens très voisin de communiquer », écrivait Vandevelde en 1978. La communication pédagogique – éducative au sens large – peut donc être considérée comme une forme particulière de *discours*, caractérisée par le(s) lieu(x) d'interaction sociale où elle se développe. Elle se constituerait comme telle à travers des usages particuliers de langages, de systèmes de communication connus et étudiés dans d'autres contextes : langage verbal, gestuel, langage écrit, diapositives, photographies, représentations graphiques, schémas, diagrammes, films cinématographiques, vidéogrammes, CD-Rom, multi- et hypermédias, espaces virtuels, etc. Il a d'ailleurs fallu que se développent les premières analyses communicationnelles sur les médias et leur utilisation en milieu scolaire pour que s'impose la notion de communication pédagogique. Aujourd'hui le développement des outils informatiques multimédias, mais aussi de l'informatique de communication – le réseau, les environnements de travail et de communication à distance, les différentes formes de téléprésence, etc. – rendent une approche sémiopragmatique et sémiocognitive encore plus indispensable.

Il est une autre raison qui milite en faveur de ce point de vue. Les langages audio-scripto-visuels, au même titre que l'écriture, constituent des technologies intellectuelles : ce sont des modes symboliques, des formes particulières de représentation et de traitement tant de l'information que des connaissances. Aussi doit-on s'attendre à ce qu'ils induisent des processus affectifs et cognitifs spécifiques. Sur ce point précis en tout cas, la psychologie cognitive et les théories de la communication se rejoignent et rejoignent en même temps certaines préoccupations typiquement pédagogiques. Le fonctionnement pragmatique de la communication, nous tenterons de le montrer tout au long de cet ouvrage, est indissociable de son fonctionnement cognitif.

Rappelons enfin que la recherche pédagogique sur les médias n'a cessé de se heurter à la difficulté que constitue le manque d'une théorie générale des médias à laquelle référer l'usage particulier que constitue la communication socio-éducative ou pédagogique. Selon de nombreux auteurs, Heidt (1981) par exemple, il faut voir là une des raisons de l'échec relatif de toutes les tentatives de fonder une taxonomie des médias éducatifs. Et l'avènement du multimédia dont les balbutiements actuels nous font présager l'importance rend, on s'en doute, cette théorie générale encore plus urgente. On observe aussi cette lacune dans de très nombreuses recherches de psychologie expérimentale qui visent à mesurer l'impact d'un « format » visuel particulier sur la mémorisation ou la compréhension, mais ne portent aucune attention aux registres symboliques –sémio-cognitifs– qui constituent leur matériel expérimental.

Ces remarques préliminaires faites, il nous semble important de justifier le choix des contenus et des problématiques abordés ainsi que de présenter la structure générale de l'ouvrage. Celui-ci se compose d'une introduction et de quatre sections répondant chacune à des objectifs particuliers :

- l'introduction présente une première lecture de type phénoménologique de trois messages scripto-visuels contrastés ; il s'agit donc d'introduire le lecteur à la problématique par l'exemple ;
- la première section présente un panorama des différents courants sémiotiques ;
- la deuxième présente et analyse deux des systèmes de signes dont se composent en général les messages audio-scripto-visuels : les mots et les images. En effet, nous ne prenons pas systématiquement en compte, dans cet ouvrage, le son ;

- la troisième constitue une tentative d'élargir la perspective pragmatique dans le but, notamment, d'élaborer un cadre théorique pour l'analyse des messages audio-scripto-visuels ;
- la dernière partie, enfin, traite de formes de médiatisation et de médiation en prenant pour exemple les espaces virtuels pour la formation, notamment les campus virtuels.

L'introduction, *Petite phénoménologie d'un message scripto-visuel*, présente quasiment en temps réel le travail de déchiffrement et d'interprétation de deux affiches : l'une a servi la campagne présidentielle de Mitterrand tandis que l'autre était destinée à promouvoir, en Belgique, le soutien aux pays en voie de développement. Elle se termine par l'analyse d'une icône d'un logiciel standard. Dans ces analyses, il s'agit de mettre en évidence les processus qui guident la compréhension de ces images en tant qu'elles sont de véritables discours sociaux. De telles images font bien plus que transmettre une information. Chacune d'elles instaure un rapport d'énonciation attribuant au lecteur, au destinataire, une certaine place et une position sociale. Or, cet aspect relationnel, profondément ancré dans le psychosocial, est indissociable du processus de signification et de construction du sens. De ce point de vue, la comparaison de ces messages fait apparaître des façons réellement différentes de s'adresser au lecteur, de le considérer et de le situer dans un tissu relationnel, de l'impliquer dans un processus de compréhension et d'interprétation du sens et des significations : ces différences, tout l'ouvrage s'attachera à le montrer, sont essentielles du point de vue des processus socio-éducatifs.

La première section, *Panorama des théories de la communication*, expose les principaux modèles de communication, l'évolution des théories sémiotiques et de leurs concepts. On ne peut en effet aborder la pragmatique des communications audio-scripto-visuelles sans une connaissance du cadre théorique qui lui a donné ses orientations problématiques, ses méthodes et ses outils. Le premier modèle, né dans les années quarante dans le contexte de l'ingénierie des télécommunications, a, on s'en doute, peu à voir avec les modèles actuels inspirés par la linguistique pragmatique, la psychosociologie et la psychologie cognitive. Nous avons souhaité, cependant, souligner la complémentarité des divers points de vue théoriques et montrer comment il était possible de les articuler dans une conception plus large. On sait combien la tentation est grande de présenter, sous le couvert de la vulgarisation, des notions et des modèles exagérément simplifiés. C'est pourquoi il nous a paru indispensable de clarifier ces différents modèles, d'en expliciter les principales notions et de restituer leur définition dans leur

contexte théorique. C'est en effet à cette seule condition qu'il est possible de faire apparaître l'intérêt de chacun d'eux, leurs limites mais aussi leurs relations. Nous avons certes dû faire des choix, mais nous croyons que ce *Panorama*, s'il n'est pas exhaustif, a au moins le mérite d'être représentatif. Il constitue d'ailleurs un cadre de référence plus large que celui qui aurait été strictement indispensable à la compréhension de la suite de l'ouvrage.

La deuxième section, *Des mots et des images*, tente de donner une place, au sein d'une démarche de type sémiotique, aux points de vue psychologique, psychosociologique et cognitif. La pragmatique ne peut en effet se développer que dans une perspective intégrative. L'élaboration d'une telle perspective a été, pour nous, un objectif constant. Trop souvent encore les analyses de messages médiatiques ou socio-éducatifs se fondent sur un seul point de vue, celui par exemple de la sémiotique structurale et de la rhétorique connotative. La définition des icônes est de ce point de vue exemplaire. On s'est longtemps référé à la définition saussurienne du signe linguistique pour essayer d'explicitier les mécanismes de signification propres à l'image. Longtemps donc, il aura été question d'aller au-delà de l'analogie. En vain, car la nature même de l'image – l'analogie – rend précaire toute analyse en terme de fonctionnement linguistique. Or, de récentes études ont montré qu'une grande part de la communication humaine se développe sur un mode analogique, selon des modalités de signification propres enracinées dans des processus psychologiques complexes dont peuvent rendre compte les points de vue génétique, psychologique et psycholinguistique. Le lecteur ne s'étonnera donc pas de voir cités certains auteurs – Piaget, Sartre, Wallon et, parmi les plus modernes, Lakoff, Johnson-Laird, Langacker... – qui sont rarement à l'honneur dans la littérature consacrée à notre sujet. *Des mots et des images* développe cette nouvelle façon de poser la problématique du sens et aborde logiquement celle de la cognition.

Quant à la troisième section, *Pragmatique des communications audio-scripto-visuelles*, elle prolonge la précédente sur le plan pragmatique : celui sur lequel les différents modes de communication analogiques et digitaux développent leurs effets spécifiquement relationnels et cognitifs. Outre une approche globale du rapport communication/relation, on y trouvera des analyses concrètes de messages : affiches politiques, campagnes d'éducation à la santé, vidéogrammes didactiques. Les notions de dispositif et d'instance d'énonciation y prendront alors tout leur sens car l'essentiel de la communication réside dans la relation qu'instaure justement l'acte de communication. La modélisation des formes que peut prendre cette relation à travers les catégories pragmatiques – l'histoire et le discours, les personnes

verbales, les positions des personnages par rapport à l'axe du regard spectral pour ne citer que certaines d'entre elles – constituera alors le centre de l'analyse. À chaque cas de figure correspondent un rapport au savoir, des modalités d'appropriation de celui-ci ainsi qu'un rôle affecté au destinataire dans ce processus d'appropriation.

Dans la quatrième section enfin, *L'instrumentation de la communication : la communication médiatisée aujourd'hui*, nous tenterons de construire un cadre théorique permettant de mieux comprendre et donc d'analyser, d'une manière plus cohérente, la communication médiatisée. Nous chercherons tout d'abord à mieux définir les notions de média, de médiatisation et de médiation en prenant nos exemples dans le champ de l'éducation. Nous construirons progressivement la notion de dispositif de communication médiatisée ou, plus simplement, de dispositif médiatique, notion dont la valeur heuristique réside dans sa capacité de rendre compte de tout média – les médias classiques analogiques comme les « nouveaux » médias numériques – dans leur généralité – dans ce qui ce qui les rassemble – comme dans leur particularités – dans ce qui ce qui les différencie. Nous tenterons aussi de mettre en évidence ce qui, avec ce nouveau dispositif qu'est l'hyperespace, est en train de changer.

Autant qu'un ouvrage de vulgarisation et de synthèse, ce livre constitue un essai présentant une nouvelle manière de poser un regard sur les messages audio-scripto-visuels et d'entreprendre leur analyse. Nous l'avons dit, son originalité réside dans la perspective intégrative qui est la sienne. Sa démarche s'appuie sur la mise en évidence, à travers les points de vue et les modèles issus de plusieurs domaines – la sémiologie structurale, la pragmatique, la psychologie, la psychosociologie et les sciences cognitives –, de concepts « parents » qui permettent de porter sur un même objet un regard pluridisciplinaire : analogique et digital, identification et distanciation, centration et décentration apparaissent comme les lignes de force de cette articulation. De celles-ci naît une analyse plus complexe d'inspiration systémique : du code à l'interlocution, de l'interlocution à la relation sociale, de l'énonciation à la représentation sociale du savoir et de celle-ci aux rôles de l'interlocution. Relations de dépendance dont on aura compris la réversibilité.

S'il garde les traces de l'instance d'énonciation où il a été forgé – l'enseignement –, et donc des contraintes du genre, cet ouvrage se voudrait aussi un instrument d'information autant que de formation, un outil de travail autant que de réflexion. Pour cette raison, avons-nous souhaité que les parties demeurent relativement autonomes. Le livre, en effet, s'il constitue un

tout, peut être parcouru selon l'intérêt du lecteur. D'aucuns auront sans doute plus de plaisir à consulter la première section au fur et à mesure que la lecture de la deuxième ou de la troisième leur imposera un cadre de références plus détaillé. D'autres, préférant un parcours plus linéaire, plus séquentiel, n'aborderont ces dernières qu'après avoir assimilé la première. D'autres lecteurs encore, plus au fait des théories de la communication, feront facilement l'économie de la première section à moins qu'ils ne souhaitent en approfondir certains aspects. Quant à la grille d'analyse qui clôture l'ouvrage, elle se présente comme un guide méthodologique dont l'opérationnalité immédiate devrait constituer pour le lecteur un atout majeur. Mais elle permet aussi un mode d'entrée et une lecture transversale puisque pour chacune des étapes à suivre, pour chaque concept ou aspect qu'il devra prendre en considération, le lecteur trouvera une indication le renvoyant dans le livre aux définitions correspondantes et aux développements essentiels.

Dans ces conditions, le livre s'adresse tout d'abord à un large public, curieux du développement qu'ont connu les théories de la communication et les analyses des médias audio-scripto-visuels. Il concerne aussi les enseignants et les pédagogues qui souvent ont regretté l'absence d'une théorie des médias à partir de laquelle développer l'usage socio-éducatif et pédagogique des médias : ils trouveront en cet ouvrage une contribution à l'effort théorique qu'ils réclament. Il touche enfin les chercheurs en communication soucieux de développer une théorie de la communication médiatisée : ils y trouveront un appareil conceptuel et des analyses qui permettent d'entrevoir de nombreuses pistes qu'il faudra encore explorer.

Bien que les deux auteurs de cet ouvrage aient participé à l'élaboration de chacune des parties, revu et discuté chacune d'elles, ils ont pris plus particulièrement en charge certaines sections : la première section est une œuvre entièrement commune, les deuxième et troisième section ont été plus particulièrement prises en charge par J.-P. Meunier, la quatrième section est plus particulièrement l'œuvre de D. Peraya.

---

## En guise d'introduction Petite phénoménologie d'un message scripto-visuel

Les messages audio-scripto-visuels sont des constructions combinant, selon des formules infiniment variées, différentes sortes d'éléments signifiants : des images (fixes ou mouvantes, en noir et blanc ou en couleurs, etc.), des mots (parlés de différentes manières ou écrits de diverses façons), des sons (musique ou bruits). Et ces éléments ne font pas que s'additionner, ils interagissent et composent leurs effets propres d'une infinité de façons.

En toute chose, il convient de commencer par la description des apparences, c'est-à-dire des phénomènes tels qu'ils nous apparaissent. Commençons donc par faire la phénoménologie de l'un ou l'autre message médiatique.

Voici une affiche électorale présentant le candidat F. Mitterrand au public des électeurs de 1976 (cf. illustr. 1). L'ensemble apparaît dans un rectangle plus large que haut. On peut distinguer d'emblée des éléments verbaux et des éléments iconiques. Les éléments verbaux : l'énoncé « Le socialisme, une idée qui fait son chemin » apparaît en haut de l'image entre guillemets et en caractères minuscules (sauf le S de « socialisme ») mais dont la taille et la graisse semblent relativement importantes, le nom du candidat apparaissant vers le milieu de l'image et formé de caractères sensiblement



# Introduction aux théories de la communication

Les **messages médiatisés** (oraux, écrits ou visuels) sont des discours sociaux au sens fort du terme. Enracinés dans la pratique sociale, ils déterminent, au-delà de leur sens, des rôles et des positions, cristallisent des attentes autant qu'ils induisent des modes de représentation et d'accès à la connaissance. Comment alors appréhender ces messages, à partir de la **spécificité des signes** qui les composent ? Comment ceux-ci s'organisent-ils, comment interagissent-ils au sein d'un message et quelles sont les conduites affectives, relationnelles, cognitives qu'ils engendrent ? C'est à ces questions que répondent les auteurs en s'appuyant sur les acquis des **théories de la communication**.

Plus qu'un ouvrage de vulgarisation et de synthèse, *Introduction aux théories de la communication* pose un regard neuf sur les messages **audio-scripto-visuels** et entreprend de les analyser.

Il intéressera particulièrement les **enseignants**, les **pédagogues** et les **chercheurs** soucieux de développer l'usage socio-éducatif et pédagogique des médias. Ils trouveront ici une contribution à l'effort théorique qu'ils réclament.

**Jean-Pierre Meunier** est professeur au Département de Communication de l'Université catholique de Louvain où il exerce des activités d'enseignement et de recherche dans le domaine des théories générales de la communication et dans celui de la compréhension par l'image. Il s'intéresse également à l'étude des effets socio-éducatifs des messages audio-scripto-visuels. Il a notamment publié *Les structures de l'expérience filmique* (Louvain, Vander, 1969) et *Essai sur l'image et la communication* (Louvain-la-Neuve, Cabay, 1980).

Docteur en Communication sociale, **Daniel Peraya** a enseigné, entre 1975 et 1983, la pédagogie de l'audio-visuel et des mass media à l'École Normale Supérieure de Dakar (Sénégal). Professeur à l'unité Technologies de Formation et Apprentissage (TEFCA) de l'Université de Genève, il mène ses activités dans le domaine de la communication pédagogique médiatisée, particulièrement dans le cadre de la formation à distance. Il a notamment publié *La communication scalène* (Berne, Peter Lang, 1989) et *Technologie et innovation en pédagogie. Dispositifs innovants de formation pour l'enseignement supérieur* (De Boeck, 2003).



9 782804 160449

THECOM  
ISBN 978-2-8041-6044-9  
ISSN 0779-4614

[www.deboeck.com](http://www.deboeck.com)

