

Cours: Communication et Réception (CR)

Niveau : Étudiants de Master 2 _Sciences du langage(SL)
2025-2026

Enseignante : Dre. Fatima Zohra HADJ ATTOU

1. Introduction générale : Communication et réception dans les sciences du langage

En général, la communication est un processus complexe qui ne se réduit pas à la simple transmission d'informations. Elle implique un émetteur, un récepteur, un canal, un code et un contexte, mais aussi des dimensions psychologiques, socioculturelles et technologiques. Selon Roman Jakobson, la communication comporte six fonctions fondamentales (référentielle, expressive, conative, phatique, métalinguistique et poétique) qui permettent de comprendre la diversité des interactions (Jakobson, *Essais de linguistique générale*, 1963, Éditions de Minuit, p. 213). Quant à la réception, elle dépasse la simple « réception matérielle » du message pour inclure l'interprétation, l'appropriation et la négociation du sens par le destinataire. Comme le souligne Stuart Hall dans sa théorie de l'encoding/decoding, le récepteur n'est pas passif, mais co-producteur du sens : il peut adopter une lecture dominante, négociée ou oppositionnelle (Hall, *Encoding and Decoding in the Television Discourse*, 1973, Centre for Contemporary Cultural Studies, p. 10).

Tandis que la communication, au cœur des sciences du langage, peut être définie comme un processus dynamique d'échange de signes entre des individus ou des groupes, en vue de partager des significations. Elle ne se limite pas à la simple transmission d'un message, mais implique l'interprétation, l'adaptation et la co-construction du sens. Selon Roman Jakobson, tout acte de communication comporte six éléments constitutifs – destinataire (émetteur), destinataire (récepteur), message, code, canal et contexte – qui interagissent pour assurer l'efficacité de l'échange (Jakobson, *Essais de linguistique générale*, Paris, Éditions de Minuit, 1963, p. 213). Le message désigne le contenu symbolique transmis, le code est l'ensemble des règles partagées permettant de produire et de décoder ce message (par exemple une langue naturelle), tandis que le contexte renvoie à la situation de référence, c'est-à-dire l'environnement socio-culturel et pragmatique qui donne sens à l'énoncé.

Dans cette perspective, la réception ne peut être réduite à une simple opération de décodage mécanique. Stuart Hall, dans son célèbre modèle de codage/décodage, rappelle que

le récepteur est un acteur actif qui interprète le message selon ses propres cadres culturels et cognitifs (Hall, *Codage/Décodage*, in *Culture, médias, langage*, Paris, Éditions de la Maison des Sciences de l'Homme, 1994, p. 75). Il distingue ainsi une lecture dominante, qui épouse l'intention de l'émetteur, une lecture négociée, qui adapte le message aux expériences personnelles du récepteur, et une lecture oppositionnelle, qui résiste au sens proposé.

De notre point de vue, il nous paraît essentiel d'insister sur cette double dimension : la structuration du message par des codes partagés et l'interprétation créative par le récepteur. Les sciences du langage, en mobilisant la linguistique, la pragmatique et la sémiotique, offrent un cadre privilégié pour analyser comment le message, le code et le contexte s'articulent, mais aussi comment les récepteurs, dans des environnements contemporains marqués par le numérique, deviennent de véritables co-producteurs de sens.

1.1. Message, code et contexte : développements et exemples

Dans l'analyse de la communication, trois notions fondamentales – message, code et contexte – permettent de comprendre la circulation du sens. Ces concepts, largement décrits par Roman Jakobson dans sa théorie des fonctions du langage, constituent les piliers d'une approche scientifique des échanges linguistiques (Jakobson, *Essais de linguistique générale*, Paris, Éditions de Minuit, 1963, p. 213).

a. Message : contenu transmis et structuration du sens

Le message désigne le contenu signifiant qu'un émetteur cherche à faire parvenir à un récepteur. Il peut s'agir d'un énoncé verbal (« La réunion commence à 10 heures »), d'une image, d'un geste ou d'un signal sonore. Par exemple, lorsqu'un professeur envoie un courriel à ses étudiants pour annoncer un changement d'horaire, le message correspond au texte du courriel qui informe de la nouvelle date. Ce contenu ne se limite pas aux mots : le choix d'un ton formel ou familier, la mise en page ou l'usage d'émoticônes participent également à la construction du sens.

b. Code : système partagé pour encoder et décoder

Le code est l'ensemble des signes et des règles qui permettent d'organiser et d'interpréter le message. Dans la communication humaine, la langue (français, arabe, anglais, etc.) constitue le code principal, mais d'autres codes – gestuel, visuel, musical – interviennent

souvent simultanément. Ainsi, un enseignant qui illustre une notion en levant le pouce pour signifier « c'est correct » utilise un code gestuel partagé dans de nombreuses cultures. En revanche, si ce même geste est interprété différemment dans un autre pays (où il peut être perçu comme offensant), la compréhension du message risque d'être altérée.

c. Contexte : cadre de production et d'interprétation

Le contexte renvoie à l'ensemble des circonstances qui entourent l'échange : lieu, moment, relation entre interlocuteurs, situation socio-culturelle, mais aussi environnement médiatique. Par exemple, la phrase « Il fait chaud ici » peut être une simple observation météorologique dans une conversation entre amis, mais devenir une invitation implicite à ouvrir une fenêtre lors d'un cours. De même, un même message publicitaire sera interprété différemment selon le contexte culturel du récepteur : une campagne vantant la consommation de café pourra évoquer la convivialité dans un pays, et l'individualisme dans un autre. Nous constatons, dans notre pratique d'enseignement, que la réussite d'un échange dépend de l'ajustement permanent entre message, code et contexte. À l'ère numérique, cet ajustement devient plus délicat : un message écrit sur un réseau social peut circuler dans des contextes inattendus, être décodé par des récepteurs éloignés culturellement, et générer des interprétations imprévues. Cette réalité oblige à repenser les modèles linéaires de la communication et à former les étudiants à l'analyse des implicites culturels qui conditionnent la réception.

2. Fondements théoriques de la communication

2.1. Modèle Shannon & Weaver : émetteur, récepteur, bruit, canal. Limites du modèle linéaire

2.1.1. Présentation générale du modèle

Le modèle de Claude E. Shannon et Warren Weaver est l'un des schémas fondateurs de la théorie de l'information. Il conçoit la communication comme un processus linéaire de transmission d'un message d'un émetteur à un récepteur à travers un canal. Shannon définit la communication comme « le processus par lequel une source sélectionne un message pour le transmettre à un destinataire au moyen d'un canal » (Shannon & Weaver, 1949/1975, p. 31).

2.1.2. Composantes du modèle

a) Émetteur (source d'information)

L'émetteur est « l'appareil qui choisit le message ou la suite de symboles à transmettre. » (Shannon & Weaver, 1975, p. 35).

Dans une situation pédagogique, l'enseignant qui formule une consigne constitue l'émetteur.

b) Récepteur (destinataire)

Le récepteur est « le mécanisme qui reçoit le signal et le reconvertis en message » (ibid., p. 36). Il ne se contente pas de recevoir passivement : il décode selon le code commun.

c) Canal

Le canal est le médium physique permettant la transmission : voix, téléphone, onde hertzienne, réseau numérique. Shannon le décrit comme « le moyen matériel qui transporte les signaux » (ibid., p. 37).

d) Bruit

Le bruit représente « toute perturbation qui altère la transmission du signal » (ibid., p. 38). Il peut être physique (interférences sonores), technique (distorsion électronique) ou sémantique (ambiguité du langage).

2.1.3. Limites du modèle

Malgré sa valeur fondatrice, ce modèle présente plusieurs limites lorsqu'on l'applique à la communication humaine.

a) Réduction de la communication au transport d'information

Shannon précise que son modèle vise « la précision de transmission » et non « la signification du message » (Shannon & Weaver, 1975, p. 40). La dimension sémantique et pragmatique est donc négligée.

b) Absence de rétroaction (feedback)

Le modèle suppose une transmission unidirectionnelle, comme le souligne Roman Jakobson : « la communication humaine se définit par l'échange, non par une simple émission » (*Essais de linguistique générale*, 1963, p. 215). La boucle de rétroaction (feedback), essentielle dans les interactions sociales, n'est pas représentée.

c) Contextualisation insuffisante

Le schéma ignore le rôle du contexte socio-culturel (Bateson, 1972, p. 148) qui influe sur la production et l'interprétation des messages.

d) Passivité du récepteur

Le récepteur est envisagé comme un simple décodeur. Or, selon Umberto Eco, « le destinataire participe à la construction du sens » (*Lector in fabula*, 1985, p. 24). Cette conception active du récepteur dépasse la mécanique de Shannon.

3. Roman Jakobson : six fonctions du langage

Roman Jakobson, l'un des fondateurs du structuralisme linguistique, a proposé dans ses *Essais de linguistique générale* (1963) un modèle de communication qui enrichit celui de Shannon et Weaver en soulignant la plurifonctionnalité du langage. Selon lui, tout acte de parole remplit simultanément plusieurs fonctions, mais l'une d'elles domine selon la situation de communication, comme il l'affirme : « Dans tout message, toutes les fonctions sont présentes, mais à des degrés différents, et l'une d'elles est dominante » (Jakobson, 1963, p. 223). Nous citons les fonctions comme suit :

1. La première est la fonction référentielle, orientée vers le contexte. Elle vise à informer ou à décrire un état de fait, en transmettant une donnée objective sur le monde extérieur. Par exemple, dire « Il pleut aujourd'hui » relève d'une simple description de la réalité. Jakobson précise que « la fonction référentielle se rapporte au 'contexte', c'est-à-dire à l'objet ou au sujet du discours » (Jakobson, 1963, p. 216).
2. La deuxième est la fonction expressive (ou émotive), centrée sur le destinataire. Elle permet au locuteur de traduire ses émotions, ses attitudes ou son ressenti. Ainsi, une phrase telle que « Quelle joie de vous revoir ! » exprime directement un état affectif.

Jakobson souligne que « la fonction émotive vise à exprimer directement l'attitude du sujet parlant à l'égard de ce dont il parle » (Jakobson, 1963, p. 217).

3. La troisième est la fonction conative, orientée vers le destinataire. Elle cherche à influencer le comportement de l'interlocuteur, souvent à travers l'impératif ou l'apostrophe. L'exemple « Fermez la fenêtre, s'il vous plaît ! » illustre bien cette visée. Selon Jakobson, « la fonction conative trouve son expression grammaticale la plus pure dans l'impératif et l'apostrophe » (Jakobson, 1963, p. 218).
4. La quatrième est la fonction phatique, qui met l'accent sur le canal de communication. Elle consiste à établir, vérifier ou interrompre le contact entre les interlocuteurs. Des expressions comme « Allô ? Vous m'entendez ? » montrent que le but n'est pas d'apporter de l'information, mais de s'assurer que le canal fonctionne. Jakobson indique : « La fonction phatique a pour rôle d'assurer que le canal de communication est bien ouvert et que le contact est maintenu » (Jakobson, 1963, p. 220).
5. La cinquième est la fonction métalinguistique, centrée sur le code. Elle intervient lorsque les interlocuteurs parlent de la langue elle-même afin de s'assurer qu'ils utilisent le même système de signes. Par exemple, demander « Que signifie ce mot ? » ou préciser « Bruit » veut dire perturbation dans la transmission d'un message » illustre cette fonction. « Lorsque le code fait lui-même l'objet du discours, la fonction métalinguistique est dominante » (Jakobson, 1963, p. 221).
6. Enfin, la sixième est la fonction poétique, qui met en valeur le message pour lui-même. Cette fonction est dominante dans les textes littéraires, les slogans ou les jeux de mots. Elle ne se limite pas à la poésie : elle est également présente dans la publicité et le discours quotidien, dès que la forme du langage attire l'attention. Jakobson explique : « La fonction poétique met l'accent sur le message pour son propre compte, elle valorise la forme du langage » (Jakobson, 1963, p. 222).

Ainsi, le modèle de Jakobson permet d'analyser la communication sous plusieurs angles et demeure un outil incontournable en sciences du langage. Il offre une grille de lecture utile aussi bien pour l'étude des conversations ordinaires que pour celle des discours littéraires, politiques ou numériques.

3.1. Perspectives et prolongements théoriques

Le modèle de Jakobson prolonge le « modèle organon » de Karl Bühler (1934), qui distinguait trois fonctions : représentation, expression et appel. Jakobson enrichit ce schéma

en ajoutant les dimensions phatique, métalinguistique et poétique, ce qui élargit l'analyse à des usages non strictement informatifs du langage (Bühler, *Théorie du langage*, 1934/1990). Pour l'anthropologue Malinowski (1923), dans ses observations ethnographiques, avait déjà mis en évidence la fonction phatique. Il montre que certains échanges verbaux n'ont pas pour but d'informer mais de maintenir le lien social, ce qu'il appelle la *phatic communion*. Jakobson reconnaît cet héritage en intégrant cette fonction dans son modèle. Dans une autre perspective, Austin (1962) montre que « dire, c'est faire » : certains énoncés ne décrivent pas, ils agissent. Dire « Je promets » accomplit un acte. Cette approche rejoint en partie la fonction conative mais l'élargit en introduisant la performativité du langage (Austin, *Quand dire, c'est faire*, 1970).

À l'ère numérique, le modèle de Jakobson reste pertinent mais demande à être actualisé. Les emojis illustrent la fonction expressive et phatique : ils n'apportent pas d'information référentielle mais marquent le lien et l'émotion. Les hashtags (#) ou les mèmes relèvent d'une fonction poétique et métalinguistique, où la forme elle-même devient un code partagé par la communauté.

Le modèle des six fonctions de Jakobson a profondément marqué les sciences du langage en offrant une grille d'analyse qui dépasse la simple transmission d'information. Il s'inscrit dans la continuité des réflexions de Bühler, trouve des appuis ethnographiques chez Malinowski, et annonce certaines idées développées par la pragmatique d'Austin. À l'ère numérique, il conserve toute son actualité, car il permet de rendre compte de la complexité des interactions, qu'elles soient orales, écrites ou multimodales. Ainsi, analyser les pratiques langagières contemporaines à la lumière de Jakobson nous invite à comprendre que le langage est toujours plurifonctionnel, et que chaque situation de communication révèle une fonction dominante selon les intentions des acteurs.

4. École de Palo Alto (Watzlawick) : communication comme interaction.

L'École de Palo Alto, représentée notamment par Paul Watzlawick, conçoit la communication comme un processus d'interaction où chaque comportement, qu'il soit verbal ou non verbal, constitue un acte de communication. Selon cette approche, « on ne peut pas ne pas communiquer » (Watzlawick, 1967), car toute attitude, même le silence, transmet un message à autrui. La communication n'est donc pas un simple échange d'informations, mais une relation dynamique qui construit les liens entre les individus. Cette école met l'accent sur

les notions de rétroaction, de contextualisation et de systémique, soulignant que tout message prend sens dans le cadre des relations interpersonnelles et des réactions qu'il suscite.

5.Théorie de la réception (Hans Robert Jauss) et horizon d'attente

La théorie de la réception, élaborée par Hans Robert Jauss à la fin des années 1960, constitue une rupture décisive dans le champ de l'esthétique et de la théorie littéraire, car elle déplace le centre de gravité de l'œuvre vers le lecteur. Dans son ouvrage fondateur *Pour une esthétique de la réception* (1978, Paris, Gallimard), Jauss affirme que l'œuvre ne prend sens que dans l'acte de lecture, c'est-à-dire dans la rencontre entre le texte et un public situé historiquement. Le concept central d'horizon d'attente désigne l'ensemble des normes, valeurs, connaissances et habitudes de lecture qu'un lecteur ou une communauté de lecteurs mobilisent à un moment donné pour interpréter une œuvre. Ainsi, la réception d'un texte n'est jamais neutre : elle est filtrée par les anticipations, les représentations et les expériences préalables du public. Jauss montre que l'histoire littéraire n'est pas une suite de chefs-d'œuvre intemporels, mais le résultat d'une interaction dynamique entre œuvres et horizons d'attente successifs. Une œuvre peut être accueillie dans la continuité (lorsqu'elle correspond aux attentes du public) ou provoquer une rupture (lorsqu'elle les déplace ou les transgresse). Ce cadre théorique a profondément renouvelé la critique en introduisant une dimension dialogique entre auteur, texte et lecteur. Nous constatons que la réception devient ainsi un processus créatif, dans lequel le lecteur joue un rôle actif de co-constructeur du sens, ce qui résonne avec les perspectives contemporaines sur la communication et la pluralité des interprétations possibles.

6.Stuart Hall : modèle codage/décodage, négociation du sens

Le modèle du codage/décodage élaboré par Stuart Hall (1973, dans son texte fondateur Encoding/Decoding, Birmingham, Centre for Contemporary Cultural Studies) constitue une avancée majeure dans l'étude des médias et de la communication. Hall y montre que la communication n'est pas un processus linéaire où le message transmis par le producteur est reçu passivement par le public, mais bien une interaction complexe où le sens se construit, se négocie et parfois se conteste. Dans ce modèle, le producteur (ou émetteur) code le message en fonction de cadres idéologiques, techniques et culturels, tandis que le récepteur décodage en fonction de son propre horizon culturel, de son expérience et de ses positionnements sociaux. Hall distingue trois positions principales de réception : la lecture hégémonique-dominante, où le récepteur adopte le sens tel que voulu par le producteur ; la lecture

oppositionnelle, où le récepteur rejette l'intention de l'émetteur et réinterprète le message en sens contraire ; et la lecture négociée, qui constitue la posture la plus courante : le récepteur accepte certains aspects du message tout en résistant à d'autres, en les réinterprétant selon sa propre situation. Ainsi, la communication est pensée comme un espace de négociation du sens entre producteurs et publics, ce qui redonne une place active au récepteur et met en évidence les enjeux de pouvoir dans les pratiques médiatiques. Ce modèle a fortement influencé les études culturelles, en montrant que la réception médiatique n'est jamais uniforme, mais toujours traversée par des logiques sociales, idéologiques et contextuelles.

7. Approches pragmatiques : actes de langage, implicite et présupposés

7.1. Introduction générale

La pragmatique s'est affirmée comme un champ essentiel des sciences du langage en mettant en évidence que la communication ne se limite pas à la transmission d'un contenu linguistique, mais qu'elle engage des actions situées. Selon Catherine Kerbrat-Orecchioni, « la pragmatique est l'étude du langage en tant qu'il est utilisé dans l'interaction » (Kerbrat-Orecchioni, *L'énonciation. De la subjectivité dans le langage*, Paris, Armand Colin, 1980, p. 15). Cette approche déplace la focale de la langue comme système vers le langage comme pratique sociale, ce qui permet d'examiner le rôle actif des locuteurs et des récepteurs dans la co-construction du sens.

7.2. La théorie des actes de langage

John L. Austin fut l'un des premiers à montrer que parler, c'est agir. Dans son ouvrage fondateur *How to Do Things with Words*, traduit en français sous le titre *Quand dire, c'est faire*, il distingue trois niveaux d'analyse : l'acte locutoire (la production d'un énoncé), l'acte illocutoire (ce que l'on fait en parlant, comme promettre ou ordonner) et l'acte perlocutoire (l'effet produit sur l'interlocuteur, comme convaincre ou rassurer) (Austin, *Quand dire, c'est faire*, Paris, Éditions du Seuil, 1970 [1962], p. 102-108). L'apport d'Austin est décisif : il met en lumière la performativité du langage, qui n'est pas seulement descriptif mais aussi opératoire. Son élève John R. Searle systématisé cette théorie en proposant une typologie des actes illocutoires. Dans *Les actes de langage*, il classe ces derniers en cinq catégories : assertifs, directifs, promissifs, expressifs et déclaratifs (Searle, *Les actes de langage*, Paris, Hermann, 1972 [1969], p. 23-35). Cette classification permet de mieux saisir la variété des

fonctions sociales du langage. Comme le souligne Searle, « parler une langue, c'est s'engager dans une forme de comportement gouverné par des règles » (*ibid.*, p. 43). Autrement dit, les actes de langage reposent sur des conventions partagées, qui conditionnent leur réussite.

7.3. L'implicite dans l'interaction

La pragmatique ne s'arrête pas à l'explicite : elle s'intéresse aussi à l'implicite, c'est-à-dire à ce qui est communiqué sans être dit. H. Paul Grice introduit la notion d'implicature conversationnelle dans son texte fondateur *Logic and Conversation*. Selon lui, la communication repose sur un « principe de coopération » : les interlocuteurs suivent implicitement des maximes de quantité, de qualité, de pertinence et de manière. Lorsqu'un locuteur viole volontairement une maxime, il engendre une implicature. Ainsi, l'énoncé « *Peux-tu fermer la fenêtre ?* » ne questionne pas la capacité physique de l'interlocuteur, mais constitue une requête implicite (Grice, « Logique et conversation », in *Communications*, n°30, Paris, Éditions du Seuil, 1979 [1975], p. 57-72). L'implicite joue un rôle stratégique dans la communication : il permet d'éviter la confrontation directe, d'introduire de la politesse ou de suggérer sans imposer. Pour le récepteur, comprendre l'implicite nécessite un travail inférentiel, une compétence interprétative qui dépasse la simple décodification du message.

7.4. Présupposés et communication

Une autre dimension essentielle est celle des présupposés. Un présupposé correspond à une information tenue pour acquise par le locuteur et supposée partagée par le destinataire. Par exemple, la phrase « *Paul a arrêté de fumer* » présuppose que Paul fumait auparavant. Robert Stalnaker, dans son article *Pragmatics*, explique que les présupposés contribuent à définir un « contexte commun » qui encadre l'interprétation : « les présupposés sont les informations que le locuteur considère comme données dans le discours et que l'auditeur est censé reconnaître » (Stalnaker, « Pragmatics », in *Linguistics and Philosophy*, vol. 2, Dordrecht, Reidel, 1974, p. 272). Les présupposés jouent un rôle fondamental dans la réception, car ils orientent l'interprétation et peuvent être exploités à des fins argumentatives. Dans la publicité ou le discours politique, ils permettent d'imposer des représentations sans les énoncer explicitement, en les installant comme allant de soi.

7.5. Vers une approche pragmatique de la réception

L'analyse pragmatique montre que la réception d'un message n'est jamais passive. Elle engage l'auditeur dans un processus actif de décodage des intentions, d'interprétation des implicites et d'intégration des présupposés. Ainsi, comme le souligne Oswald Ducrot, « comprendre un énoncé, ce n'est pas seulement en saisir la signification linguistique, c'est aussi reconstruire l'intention de l'énonciateur » (Ducrot, *Dire et ne pas dire. Principes de sémantique linguistique*, Paris, Hermann, 1972, p. 11). Dans cette perspective, nous pouvons affirmer que la compétence pragmatique est un élément central de la communication humaine. Elle repose sur la capacité à lire entre les lignes, à anticiper les attentes du locuteur et à situer son discours dans un horizon partagé.

7.6. Perspectives et enjeux contemporains

Aujourd'hui, ces théories trouvent des prolongements dans l'analyse des discours médiatiques, politiques ou numériques. Dans les interactions en ligne, par exemple, les sous-entendus, les implicatures et les présupposés jouent un rôle décisif dans la construction de la signification, que ce soit dans les échanges informels par messagerie instantanée ou dans la rhétorique des réseaux sociaux. La question de la réception devient alors cruciale : comment former des individus capables de déchiffrer les implicites, d'identifier les présupposés et de résister aux manipulations discursives ? Nous estimons que la didactique contemporaine des langues doit intégrer pleinement cet enjeu : il ne suffit plus d'enseigner la grammaire et le lexique, il faut aussi développer la compétence pragmatique et l'esprit critique. Former les apprenants à repérer l'implicite et les présupposés, c'est leur donner les moyens d'exercer une vigilance interprétative et de s'affirmer comme acteurs responsables de la communication.

8. Énonciation et réception : rôle du locuteur, de l'allocataire et dynamique de co-construction

8.1. Rôle du locuteur : instance de production du discours

L'énonciation, entendue comme acte de production langagière, place le locuteur au centre du processus communicationnel, comme le souligne Émile Benveniste (1970), « l'énonciation est l'acte individuel par lequel le locuteur s'approprie la langue et l'utilise pour exprimer sa subjectivité » (*Problèmes de linguistique générale*, Paris, Gallimard). Le locuteur n'est donc pas un simple émetteur mécanique d'informations, mais un sujet parlant, inscrit dans une

situation d'interlocution et investi d'une intention de sens. Nous remarquons que le locuteur configure son discours en fonction d'un projet communicatif, mobilisant à la fois des choix lexicaux, syntaxiques et pragmatiques. C'est en cela que l'énonciation dépasse le cadre strict du code linguistique pour rejoindre la sphère de la subjectivité et de l'intentionnalité.

8.2. Rôle de l'allocutaire : instance de réception active

L'allocutaire, ou destinataire du discours, ne saurait être envisagé comme un simple réceptacle passif. Selon Paul Ricœur (1986), « comprendre, c'est toujours déjà interpréter » (*Du texte à l'action*, Paris, Seuil). Ainsi, l'acte de réception suppose une activité herméneutique de la part de l'allocutaire, qui reconstruit le sens du message en fonction de ses connaissances, de son horizon d'attente et du contexte. Dans une perspective pragmatique, l'allocutaire participe à la validation ou à la reformulation du message. Sa réaction – explicite (réponse verbale, question) ou implicite (silence, gestes, mimiques) – contribue à orienter la suite de l'échange. Nous pouvons dire que la réception constitue une « énonciation seconde » dans laquelle le destinataire assume un rôle interprétatif et, parfois, co-créateur du sens.

8.3. Dynamique de co-construction : interaction et ajustement

La communication est, selon la théorie de l'interaction d'Erving Goffman (1987), « une coproduction continue où chaque participant ajuste son comportement à celui de l'autre » (*Façons de parler*, Paris, Minuit). Cette dynamique de co-construction s'illustre particulièrement dans le dialogue, où les tours de parole, les reformulations et les inférences mutuelles participent à l'élaboration progressive du sens. Dans cette optique, le sens ne réside pas uniquement dans le discours du locuteur, mais émerge de l'interaction elle-même. Comme l'écrit Catherine Kerbrat-Orecchioni (2005), « le discours est toujours polyphonique, car il incorpore non seulement la voix du locuteur, mais aussi celle de l'allocutaire, qui intervient comme co-constructeur » (*Le discours en interaction*, Paris, Armand Colin). Ainsi, nous comprenons que l'énonciation et la réception ne sont pas deux moments disjoints mais les pôles complémentaires d'un processus dialogique où le sens se négocie en permanence.

D'un point de vue didactique, nous considérons que l'analyse de l'énonciation et de la réception ouvre des perspectives intéressantes pour l'enseignement-apprentissage des langues. Insister sur la co-construction du sens permet de dépasser les modèles traditionnels de communication (schéma de Shannon et Weaver) pour introduire une vision interactive et dynamique. Nous pouvons proposer que la formation des apprenants en Sciences du Langage

intègre des activités d’analyse d’interactions authentiques (corpus de dialogues, débats, échanges numériques). Ces pratiques les aideraient à saisir la dimension interactive et co-constructive de la communication, tout en développant leurs compétences critiques et interprétatives.

9.Polyphonie et dialogisme : multiplicité des voix, confrontation des discours et réception différenciée

La notion de polyphonie et celle de dialogisme constituent deux dimensions essentielles de l’analyse du discours, car elles permettent de comprendre que tout énoncé est traversé par une pluralité de voix et qu’il ne peut être réduit à une seule instance énonciative. Selon Mikhaïl Bakhtine (1977), « la parole est fondamentalement dialogique » (*Esthétique et théorie du roman*, Paris, Gallimard) : elle porte toujours les traces d’autres paroles, qu’elles soient citées, rapportées, anticipées ou implicitement présentes. La polyphonie, telle que développée par Catherine Kerbrat-Orecchioni (2005), met en évidence cette multiplicité de voix qui cohabitent dans le discours, soit par des formes explicites (discours rapporté direct ou indirect), soit par des procédés implicites (allusions, présupposés, modalisations). Le dialogisme, quant à lui, désigne la confrontation de ces voix, qu’elles soient en accord, en tension ou en opposition, produisant ainsi une dimension interdiscursive. Nous observons alors que l’allocataire, en tant que récepteur, n’accueille pas de manière uniforme cette pluralité, mais qu’il effectue un travail d’interprétation différenciée, sélectionnant certaines voix, en rejetant ou en valorisant d’autres, en fonction de son horizon d’attente, de son cadre culturel et de sa propre subjectivité. En ce sens, la réception devient un espace critique où se rejouent les rapports de force entre discours, ce qui fait de chaque interaction un terrain de négociation permanente du sens.

10.Facteurs sociolinguistiques et culturels : rôle du contexte, capital linguistique (Bourdieu)

Les facteurs sociolinguistiques et culturels jouent un rôle déterminant dans l’énonciation et la réception, car ils conditionnent non seulement la manière dont les discours sont produits, mais aussi la façon dont ils sont interprétés et évalués. Comme l’a montré Pierre Bourdieu (1982) dans *Ce que parler veut dire* (Paris, Fayard), le langage n’est pas un instrument neutre de communication, mais une pratique sociale traversée par des rapports de pouvoir. Le concept de capital linguistique désigne les ressources symboliques dont dispose un individu en fonction de sa maîtrise de la langue légitime, de ses variétés ou registres, et de la

reconnaissance sociale accordée à son parler. Ainsi, le même message n'aura pas la même valeur ni la même efficacité selon que le locuteur le formule dans un français académique ou dans une variété stigmatisée, selon qu'il s'adresse à un public institutionnel ou à un groupe de pairs. De plus, le contexte socioculturel influe directement sur la réception : ce qui est perçu comme pertinent, crédible ou légitime dépend des normes, valeurs et représentations partagées par une communauté donnée. Nous comprenons alors que la communication est indissociable des structures sociales et des inégalités symboliques : certains locuteurs disposent d'un capital linguistique qui leur permet d'imposer leur vision du monde, tandis que d'autres voient leur parole minorée ou disqualifiée. L'analyse du rôle du contexte et du capital linguistique invite donc à dépasser une vision purement technique de la communication pour la replacer dans une perspective critique, attentive aux enjeux de pouvoir et de légitimité qui traversent les échanges langagiers.

11. Réception dans les médias numériques : participation, interactivité

Avec l'émergence des médias numériques, la réception ne peut plus être conçue comme un acte passif de consommation, mais bien comme une pratique active, participative et interactive. Contrairement aux médias traditionnels (radio, télévision, presse), où l'allocutaire se contentait de recevoir un message pré-codé, les environnements numériques ouvrent un espace de co-production et de circulation des discours. Comme le souligne Dominique Cardon (2019, *Culture numérique*, Paris, Presses de Sciences Po), l'usager n'est plus seulement un spectateur mais un « acteur-réseau » qui commente, partage, détourne et produit du contenu en retour. Cette transformation illustre la logique d'interactivité : chaque réception est susceptible de devenir énonciation seconde (un commentaire, un « like », un partage, un remix) et participe ainsi à la construction collective du sens. Par ailleurs, la participation des publics dans les médias numériques introduit une dimension nouvelle d'appropriation et de négociation : une vidéo virale, par exemple, ne véhicule pas un sens unique, mais génère une pluralité de lectures, parfois opposées, qui se confrontent dans l'espace des commentaires et des réseaux sociaux. Nous constatons que la réception devient ainsi un processus dialogique et collaboratif, où se joue non seulement la circulation des significations, mais aussi la légitimité des voix, marquée par les dynamiques de visibilité, d'influence et de pouvoir propres aux plateformes numériques.

12.Algorithmes, bulles informationnelles et fake news

Dans le contexte des médias numériques, les algorithmes jouent un rôle central dans la médiation de l'information, puisqu'ils organisent la visibilité des contenus et façonnent, souvent à notre insu, notre rapport au monde. Comme l'explique Eli Pariser (2011, *The Filter Bubble*, New York, Penguin Press), les algorithmes de recommandation tendent à enfermer l'utilisateur dans une « bulle informationnelle », en sélectionnant prioritairement les contenus conformes à ses préférences et à son historique de navigation. Ce filtrage personnalisé, s'il peut améliorer le confort de l'expérience utilisateur, réduit la diversité des points de vue auxquels l'allocataire est exposé et accentue la polarisation des opinions. Dans ce cadre, la réception n'est plus seulement une activité interprétative, mais elle est orientée, conditionnée par des logiques techniques et commerciales. Cette situation favorise la diffusion et la crédibilité apparente des fake news, puisque l'algorithme tend à amplifier les contenus qui suscitent le plus d'interactions émotionnelles (likes, partages), sans distinction de leur véracité. Claire Wardle et Hossein Derakhshan (2017, *Information Disorder*, Council of Europe report) montrent ainsi que la propagation des fausses informations repose sur une articulation entre la logique algorithmique, les biais cognitifs des récepteurs et la dynamique virale des réseaux sociaux. Nous observons alors que l'allocataire est à la fois acteur et victime : il participe à la circulation des fake news en le partageant, tout en étant enfermé dans un écosystème informationnel où la confrontation critique des discours est affaiblie. La question des bulles informationnelles et des fausses nouvelles interroge donc directement la capacité de la réception numérique à rester un espace de pluralité, de dialogue et de co-construction démocratique du sens.

13.Communication et intelligence artificielle : rôle dans la diffusion des messages

L'intelligence artificielle (IA) occupe aujourd'hui une place déterminante dans les processus de communication, notamment dans la diffusion et la circulation des messages à l'échelle mondiale. Grâce aux algorithmes de traitement automatique du langage, de recommandation et de profilage, l'IA permet d'optimiser la transmission des contenus en les adaptant aux préférences et aux comportements des publics. Comme le souligne Dominique Boullier (2020, *Sociologie du numérique et des réseaux*, Paris, PUF), les plateformes numériques utilisent des systèmes intelligents pour hiérarchiser l'information, amplifier certains discours et invisibiliser d'autres, transformant ainsi en profondeur la réception. L'IA ne se contente pas de reproduire des messages : elle participe activement à leur mise en scène

(chatbots, assistants virtuels, voix de synthèse), à leur personnalisation (publicité ciblée, notifications individualisées) et à leur circulation virale (tri et recommandation automatisés). Cette automatisation de la diffusion, si elle accroît l'efficacité et la rapidité de la communication, pose néanmoins des enjeux critiques : homogénéisation des contenus, manipulation possible des récepteurs et affaiblissement de la pluralité des discours. Nous observons que l'allocataire se trouve placé dans une situation paradoxale : il est exposé à une profusion de messages produits ou relayés par des intelligences artificielles, mais son horizon d'attente et ses choix sont fortement orientés par les dispositifs techniques qui conditionnent sa réception. Ainsi, l'IA apparaît à la fois comme un outil d'élargissement de la communication (accessibilité accrue, traduction automatique, interactivité) et comme un filtre puissant qui reconfigure en profondeur la dynamique de l'énonciation et de la réception.

14. Éducation aux médias et esprit critique : enjeux pédagogiques

Dans un contexte marqué par la surabondance d'informations, la désinformation et l'influence croissante des algorithmes, l'éducation aux médias s'impose comme un enjeu pédagogique majeur pour développer l'esprit critique des apprenants. Comme le rappellent Divina Frau-Meigs et Arnaud Mercier (2017, *Information et communication*, Paris, Ellipses), il ne suffit plus d'apprendre à décoder un message médiatique : il faut outiller les élèves et étudiants pour qu'ils comprennent les logiques de production, de diffusion et de réception de l'information. L'objectif est double : d'une part, permettre aux apprenants de repérer les stratégies de manipulation ou de persuasion (publicité, fake news, bulles informationnelles), d'autre part, les amener à devenir des acteurs responsables et autonomes de l'espace médiatique, capables de vérifier, comparer et contextualiser les sources. L'éducation aux médias favorise ainsi le passage d'une réception passive à une réception active, réflexive et critique, ce qui rejoint les approches socioconstructivistes qui insistent sur l'apprentissage par l'analyse et la pratique. Nous constatons que, dans ce cadre, le rôle de l'enseignant est de guider les étudiants vers la déconstruction des discours dominants, de stimuler la comparaison des points de vue et d'encourager l'expression de lectures alternatives. L'enjeu dépasse la simple formation technique : il s'agit de préparer les citoyens à exercer leur jugement dans une société où la communication numérique est devenue un espace de pouvoir et de démocratie.

Conclusion

Au terme de ce parcours, nous retenons que la communication ne saurait être réduite à un simple transfert d'informations entre un émetteur et un récepteur, selon le modèle linéaire classique (Shannon et Weaver). Elle doit être comprise comme un processus interactionnel, dynamique et pluriel, où interviennent non seulement le locuteur et l'allocataire, mais aussi le contexte socioculturel, les rapports de pouvoir et les dispositifs techniques qui médiatisent l'échange. L'énonciation révèle la subjectivité du locuteur, tandis que la réception engage l'allocataire dans un travail actif d'interprétation et de réappropriation. Cette relation se traduit par une co-construction du sens, marquée par la polyphonie des voix (Bakhtine, Kerbrat-Orecchioni), l'horizon d'attente des publics (Jauss) et la négociation permanente entre codage et décodage (Hall). Dans les sociétés contemporaines, les facteurs sociolinguistiques (Bourdieu) et les médiations numériques complexifient davantage ce processus : algorithmes, bulles informationnelles, fake news et intelligence artificielle influencent désormais la manière dont les messages sont diffusés, reçus et réinterprétés. Dès lors, l'étude de la communication et de la réception ne peut se limiter à une approche technique : elle doit intégrer une dimension critique et pédagogique, attentive aux enjeux de pouvoir symbolique, aux contextes culturels et à la formation de l'esprit critique. Ce cours nous conduit ainsi à concevoir la communication comme un espace d'échanges, de tensions et de négociations, où le sens n'est jamais donné mais toujours à construire ensemble.