**Module :** Pratiques communicationnelles

**Cours 1**

**Groupes : 3/4/5/6**

*« Parce que l’homme est fait pour s’exprimer. Il doit exprimer. Ce qui est à l’intérieur doit être extériorisé. Par la bouche, si possible, mais dans tous les cas il s’agit d’une extériorisation. Sur un pierre avec des signes que personne ne pourra jamais comprendre, pictogrammes, hiéroglyphes sculptés : runiques, crétois, aztèques, caraïbes. Dans le monde entier et de tous temps, l’homme parle. Sur son lit de mort, balbutiant et murmurant, il cherche encore à s’exprimer. »*

Guy ENDORE, *Detour through Devon*

Pendant toute la durée de la vie, chacun de nous est en relation avec les autres êtres humains et, dans leur ensemble, ces interactions sont, indépendamment de leur importance majeure ou mineure, l’essence de notre vie. L’homme ne peut pas vivre seul et son existence est en réalité une coexistence.

« Etre avec les autres » ne signifie pas une cohabitation, une coexistence passive. Chacun de nous exerce, même inconsciemment, une influence sur les autres, et de même les autres en ont une sur nous : influences réciproques, interactions qui contribuent à former et enrichir constamment notre personnalité et rendre possibles nos activités et nos existence.

L’instrument essenciel par lequel s’instaurent et se développent les relations et les interactions humaines est **la communication**, c'est-à-dire la capacité de transmettre aux autres des idées, des faits, des sentiments, des concepts ; et de les recevoir de la part de ceux qui nous les transmettent. *En somme*, la communication est la navette qui tisse la toile des relations entre les personnes, c’est le moyen qui prmet d’établir un rapport entre les hommes, elle est donc par cela même le fondement de la civilisation humaine.

1. **Définition de la communication**

La communication est considérée étymologiquement comme un échange entre deux ou plusieurs personnes et un processus de transmission et de mise en communs des informations et des connaissances. Ce terme provient du latin «communicare» qui signifie «mettre en commun».

C’est l’opération au cours de laquelle des sujets échangent ou partagent des informations pour en arriver à : une compréhension réciproque, un accord mutuel ou une action commune. Elle concerne aussi bien l’homme (communication interpersonnelle, de groupe, de masse...) que l’animal et la plante (communication intra- ou inter-espèces,) ou la machine (télécommunications, nouvelles technologies...).

1. **Les aspects de la communication**
2. **Aspect culturel**

La communication est un vecteur de connaissance et de culture, et constitue par conséquent l’un des aspects de développement de toute civilisation. Il s’agit d’un moyen d’échange pour des communautés de personnes souhaitant partager des cultures communes. Aujourd’hui comme hier, la communication et ses canaux sont les moyens de diffuser des informations à caractère culturel-au sens large- sur les évènements, les découvertes et les traditions, et d’en garder la trace.

1. **Aspect historique**

Au cours de l’histoire, notamment à l’époque de la Renaissance, les modes de diffusion de l’information ont été des vecteurs très puissants pour diffuser les connaissances résultant de nouvelles visions du monde. A ce titre, les historiens ont mis en évidence par exemple le rôle clé de l’imprimerie dans la communication. Il devint progressivement impossible de s’opposer à la diffusion de connaissances nouvelles du fait de ce nouveau média. À partir des années 1830, on commença à utiliser des moyens de télécommunications utilisant les techniques électriques (télégraphe) puis électromagnétiques (Hertz, radiodiffusion).

1. **Aspect linguistique**

Historiquement, les langues ont pris une importance capitale dans le développement de la communication. Les traductions en plusieurs langues des livres des plus grands écrivains et historiens ont permis de développer davantage la littérature et les civilisations à travers le monde. L’anglais aujourd’hui est largement employé pour la communication dans de nombreux domaines (informatique, affaires, sciences, littératures). A ce titre, il est à noter qu’en plus des six langues officielles des Nations Unies qui sont l’Anglais, l’Espagnol, le Français, le Russe, l’Arabe et le Chinois, on constate la forte présence des langues maternelles qui restent des langues de communication très importantes localement. Les langues ne sont pas forcément des parlées. Elles peuvent aussi être gestuelles à l’instar de la langue des signes.

1. **Composantes de la communication**

Quel que soit le type de communication, on retrouve les mêmes composantes.

1. **Acteurs**

Ce sont les personnes qui participent à une situation de communication.

L'émetteur est celui qui émet le message .

Le récepteur est celui qui reçoit le message et tente de le comprendre.

1. **Objectifs**

La communication s’établit en raison de buts à atteindre. Selon les types de communication, l’objectif peut s’exprimer en termes d’action (verbe d’action).

1. **Message** **et registre de langage**

Le message est le contenu (information) de la communication ; il est composé d’un ensemble de signes (un mot, un son, un geste de la main, une expression du visage, le logo d’une entreprise, une marque …). Il implique un codage par l'émetteur et un décodage par le récepteur. Les acteurs doivent donc mettre en place un code commun pour se comprendre. Le choix du vocabulaire et de la formulation correspond à des codes et à des registres du langage. Ils doivent être adaptés au destinataire, au contexte, à l’objectif.

1. **Canal et support**

Le canal, c’est le chemin qu’emprunte une communication. Le canal peut être oral, écrit, visuel, audio- visuel… C’est aussi le moyen de transmission d’une information, par exemple le téléphone, le courrier ou le face à face. Le support est l’outil, le matériel utilisé pour véhiculer l’information ; ligne téléphonique, lettre, clé USB, etc.

1. **Contexte**

Une communication est gravée dans un contexte. Elle peut avoir lieu à un instant donné, dans un lieu donné, et vis à vis d’une situation, d’un évènement donné. Tout cet environnement, qui ne fait pas partie de la communication à proprement parler, mais qui accompagne cette communication, est appelé contexte. On distingue :

* Contexte spatial : endroit où se déroule la communication
* Contexte temporel : durée et moment pendant lesquels a lieu la communication
* Contexte relationnel : relation établie entre les interlocuteurs ? relation commerciale, professionnelle, d’égal à égal (symétrique)
* Contexte social : statut social (position de l’individu) lié au niveau hiérarchique, et fonction de l’acteur
* Contexte culturel : valeurs, normes, rituels (comme les rituels de salutation) …

1. **Bruits**

Ce sont les perturbations qui affectent la transmission du message. Il peut s’agir de perturbations sonores (bruits techniques) ou de différences de code entre l’émetteur et le récepteur (bruits sémiologiques : qui touchent aux signes, aux lois qui régissent la vie sociale) ou de difficultés de compréhension (bruits sémantiques : qui touchent au sens du message)

1. **Stratégies**

Ce sont les manières d’atteindre un objectif. Les acteurs de la communication mettent en œuvre tout au long de la communication des stratégies conscientes ou inconscientes pour informer, influencer, créer et maintenir une relation, faire passer une image, etc.

On différencie :

* Stratégies de coopération : l’acteur cherche un accord, il est prêt à faire des concessions pour y arriver.
* Stratégies d’opposition : l’acteur ne prend pas en compte le point de vue de l’autre, il reste sur ses positions.
* Stratégies d’évitement : l’acteur cherche à fuir l’échange et évite le dialogue.
* Stratégies d’influence ou de pouvoir : l’acteur cherche à faire adopter son opinion par une pression qui déséquilibre l’échange.
* Stratégie d’alignement : l’acteur se rapproche du point de vue de l’autre.

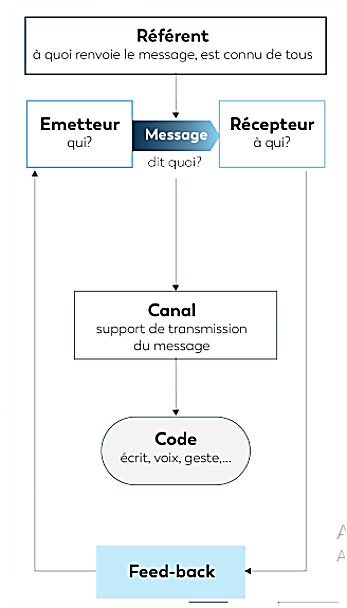
1. **Enjeux de la communication**

Dans toute situation de communication, à travers des stratégies conscientes ou inconscientes (conviction, séduction, argumentation logique ou affective…) s’expriment des enjeux. Ils représentent ce que les acteurs ont à perdre ou à gagner lors d’une communication. On distingue:

* Enjeux informationnels : l’acteur cherche à informer, à faire passer une information ;
* Enjeux relationnels : l’acteur cherche à créer et à maintenir une relation ;
* Enjeux d’influence : l’acteur cherche à influencer, inciter l'autre à agir selon sa volonté ;
* Enjeux identitaires : l’acteur cherche à faire passer une image, affirmer son identité, sa personnalité pour être connu ;
* Enjeux opérationnels : l’acteur cherche à obtenir un résultat
* Enjeux territoriaux : l’acteur défend son territoire, son espace.

1. **Schéma général de la communication**

Quelle que soit la forme qu’elle prenne (texte, image, musique...), la communication s’établit toujours suivant les mêmes repères. Cette situation peut s’illustrer par le schéma imaginé par le linguiste Roman Jakobson dans les années 1960.

****

**Explication :**

Pour l’**émetteur**, l’acte de communication consiste à transmettre au **récepteur** un **concept**, une **idée**, une **pensée**, une **information**. Pour cela, il va devoir l’exprimer au travers d’un **message**. Pour être compris, un message doit être émis et reçu grâce à un **code commun** à l’émetteur et au récepteur. Un code peut être composé de signes tels que des sons (code linguistique), des signes écrits (code graphique), des gestes, des images, des symboles (logo), des signaux mécaniques (morse). Ce message utilise un **canal** (le média) qui permet d’entrer en contact avec le destinataire. On distingue les canaux physiologiques internes de l’émetteur et du récepteur (audition, vision, odorat…) et les canaux techniques externes (radio, ordinateur,…) qui servent à convoyer le message à travers le temps et l’espace. Le fait que le récepteur d’un message puisse y répondre s’appelle le **feed-back.**

À chaque facteur de la communication, Jakobson va faire correspondre une fonction spécifique du langage. Chaque interaction met en œuvre une ou plusieurs de ces fonctions :

* **La fonction référentielle** (associée au référent) permet au langage de donner des informations sur le contenu du message. Elle place un contexte. On retrouve cette fonction dans les récits, les panneaux de signalisation.
* **La fonction expressive ou émotive** (associée à l’émetteur) est focalisée sur les émotions : elle traduit l’attitude de l’émetteur par rapport à ce dont il parle. Elle s’intéresse à l’intonation, au timbre de la voix, au choix du vocabulaire.
* **La fonction impressive ou conative** (associée au récepteur) se concentre sur l’effet produit sur le récepteur : emploi de l’impératif, vocabulaire de l’injonction, éléments qui cherchent à lui faire dire ou faire quelque chose (procédés de propagande, appels aux dons, etc.)
* **La fonction phatique ou de contact** (associée au canal) permet d’assurer et d’entretenir l’attention des interlocuteurs. Elle passe par un canal physique et une connexion entre destinataire et émetteur, un contact pour soutenir la communication. Elle apparaît à travers la présentation d’une copie d’examen par exemple, ou dans certaines expressions qui établissent ou maintiennent le contact (« Allô », « n’est-ce pas »).
* **La fonction métalinguistique** (associée au code) s’intéresse au fonctionnement de la langue elle-même. On la retrouve dans les dictionnaires, à travers l’explication du vocabulaire, mais aussi dans la vie quotidienne, dès que des précisions sont faites sur le vocabulaire utilisé. Elle est le code qui permet la compréhension entre émetteur et récepteur.
* **La fonction poétique ou stylistique** (associée au message) analyse la forme du message et le prend comme un objet. Dans la littérature, l’art, la publicité, c’est le cas avec le travail sur les mots, leur sonorité, leur rythme, les couleurs…

1. **Types de communication**

On distingue plusieurs formes de communication

1. **Selon le sens concerné**

* ***La communication par signe*, donc *visuelle***. De la main, vous me faites signe d’approcher, je réponds par un hochement de tête ; je vous souris et vous répondez vous aussi par un sourire ; Winston Churchill faisait le signe de la victoire, etc.
* ***La communication auditive***. Dans le noir, vous me parlez ; on discute au téléphone ; j’écoute la radio, etc.
* ***La communication audiovisuelle***. Je discute face à face avec vous : vous m’entendez et vous me voyez ; vous prononcez une conférence ; nous regardons la télévision, etc
* ***La communication écrite.*** J’écris et vous lisez ce texte ; c’est aussi une communication par signe, puisque les lettres et les chiffres ne sont que des signes conventionnels qui diffèrent selon les époques, les cultures et les langues.(e-mail,

1. **Selon le nombre et la position des sujets**

* ***La communication interpersonnelle***: est une opération réunissant un nombre restreint de locuteurs (en général pas plus de deux) qui sont tour à tour émetteurs et récepteurs ou susceptibles de le devenir. Elle peut être unidirectionnelle (je suis seul à parler) ou bidirectionnelle (vous me répondez) ; la communication interpersonnelle peut être **visuelle** seulement (par gestes), **auditive** seulement (dans l’obscurité, d’une pièce à l’autre sans se voir, par téléphone ou communication radio), **audiovisuelle** (en chair et en os, grâce au téléphone visuel ou aux caméras Web) ou **écrite** (par lettre ou par courrier électronique).
* ***La communication de groupe***: C’est une communication qui se fait au sein d’un groupe, réunissant au moins trois interlocuteurs. Elle peut être unidirectionnelle (je parle seul devant le groupe qui écoute : monologue) ou multidirectionnelle (il y a échange entre les interlocuteurs : dialogue). On distingue aussi la communication devant un petit auditoire (exposé d’un projet) ou devant une masse de gens (conférence publique ou discours politique)
* ***La communication descendante* (*du haut vers le bas*)**: La communication vers le bas s’adresse à l’ensemble des individus (salarié, membres d’association, etc). Elle part du haut de la pyramide hiérarchique vers les employés et les ouvriers. Elle a pour but de diffuser les informations réglementaires (règlement intérieur, mesures de sécurité...), résoudre les conflits internes et informer et expliquer un projet a l’ensemble du personnel de l’entreprise/ membres de l’association. Les supports utilisés dans ce type de communication sont le journal interne ou la lettre interne, les réunions, les notes de service, les panneaux d’affichage, le mail ou le fax.
* ***La communication ascendante (du bas vers le haut)*** : la communication du bas vers le haut part des salariés et/ou membres pour remonter vers la hiérarchie ou la direction. Elle peut être provoquée et organisée par les syndicats ou toute autre comité, comme elle peut être spontanée. Elle permet de vérifier et de détecter d’éventuelles anomalies en matière de la communication interne dans l’organisation et faire remonter par la suite à la direction les réclamations et les attentes des salariés, à travers un dialogue et une écoute active. Ce type de communication peut passer par la forme des tracts, de dialogue, de boite à idée, de journal syndical, d’affichage, des lettres ouvertes, des réunions d’expression, des sondages,... La communication ascendante permet à chacun de s’exprimer et ainsi de se situer dans l’organisation. Il s’agit d’un outil qui peut être évalué par la capacité d’une organisation à écouter son personnel. (les syndiqués exposes leurs griefs au patron)
* ***La communication médiatique (de masse)***: il s'agit d'une communication dans laquelle un émetteur (ou un groupe d'émetteurs réunis entre eux) diffuse des messages tous azimuts vers tous les récepteurs disponibles, que ceux-ci le souhaitent ou pas. La communication de masse regroupe donc un ensemble de médias - parfois appelés mass-médias - capable d'atteindre voire même d'influencer de larges audiences. La presse, la télévision, la radio sont des médias de communication de masse par excellence.