

## **Cours 1/ GENERALITES SUR LA COMMUNICATION :**

Pour qu'une relation communicationnelle entre intervenant et auditeurs s'établisse et se déroule, il faut qu'il y existe un contexte particulier (ex: Exposé, Soutenance, ...) Principales composantes de cette notion de contexte :

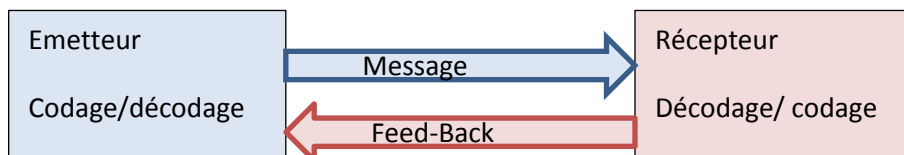
- Le contexte institutionnel détermine les rôles, le rapport entre les personnes en interaction, les « règles du jeu » ;
- Le cadre où se situe la rencontre comprenant l'environnement direct, le lieu et le temps dans lequel elle s'inscrit ;
- Les éléments propres à chaque culture qui régissent les interactions sociales (par exemple les pratiques, le savoir-vivre,) ;
- La nature de la relation les objectifs, les buts que chacun se fixe par rapport à la situation de communication (par exemple informer, s'informer, convaincre, réconforter, menacer) ;
- La personnalité, tout ce qui constitue la personne elle-même par exemple l'histoire personnelle, la motivation, le caractère, les valeurs.

Ces éléments constitutifs du contexte influent sur la communication selon des modalités et des degrés différents.

### **1. La communication, un échange :**

**Qu'est-ce que la communication ? Il s'agit de l'ensemble des stratégies mises en place, par une personne ou un groupe de personnes, pour échanger des ressources et des représentations avec d'autres.**

La communication peut être représentée d'une manière simplifiée comme suit :

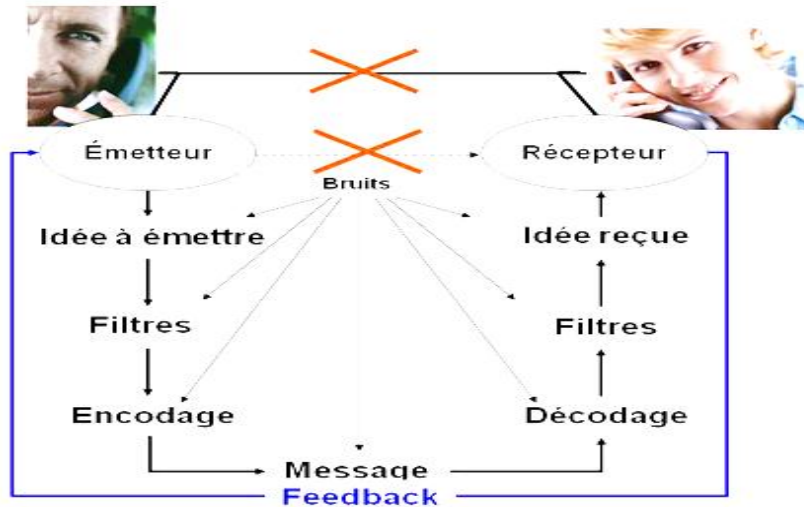


C'est l'intention d'un émetteur, traduite dans un message, interprétée par un récepteur et ayant un effet sur lui. **Un message est alors émis en retour (feed-back).**

Chacun des interlocuteurs occupe donc tour à tour la position d'émetteur et de récepteur.

- Lors de la transmission d'un message entre l'émetteur et le récepteur, intervient un certain nombre de filtres à chacun de ces pôles. Ces filtres sont constitués par plusieurs éléments (l'éducation, les préjugés, les expériences personnelles, par exemple) issus du contexte. Ils ont un rôle particulier dans le système de codage / décodage de chacun et donc dans l'interprétation du message.

## Le schéma de la communication



### 3. Une question de place

La relation entre les interlocuteurs est définie au travers de leur communication. Notre manière de communiquer exprime la position que l'on souhaite occuper et corrélativement la position que l'on attribue à notre interlocuteur; positions réciproques qui peuvent être fondées sur la similarité ou la complémentarité, c'est-à-dire sur l'égalité ou la différence.

La place respective de chacun est déterminée en fonction :

- D'éléments externes**, par les statuts et rôles de chacun (fournisseur/client, médecin/malade, policier/population, collègue/collègue, enseignant / étudiant par exemple) ou par leur identité sociale (parent/enfant, homme/femme, par exemple) ;
- D'éléments internes** à la relation, c'est-à-dire de la place subjective (particulière) que chacun prend par rapport à l'autre (dominant/dominé, demandeur/conseiller, séducteur/séduit, par exemple).

Cette détermination de place peut faire l'objet soit d'un accord (Les interlocuteurs reconnaissent la position qui leur est affectée dans cette communication), soit d'un désaccord qui peut déboucher sur un conflit.

### 4. Une question de perception : l'efficacité de la communication

Il y a différentes stratégies qui permettent d'atteindre un objectif précis. Il y a divers niveaux d'intervention possible. Nous savons que pour avoir une signification complète d'un message, il est utile de prendre en compte toutes les composantes de la communication. Mais cela ne suffit pas. Il faut être attentif au fait que le message est toujours émis(verbalement ou non) dans un contexte particulier et qu'il est codé par l'émetteur et décodé par le récepteur. Le message est donc interprété. Dès lors, l'intention de l'émetteur peut ne pas correspondre à l'effet produit sur le récepteur en cas de « mauvaise »

interprétation du message. En effet, il faut distinguer trois niveaux différents dans la situation de communication :

- Ce que je pense (intention),
- ce que je veux signifier par mon message ;
- Ce qui est émis, mon message ; Ce que l'autre perçoit (effet),
  
- ce que l'autre comprend. L'efficacité est donc liée à «la concordance (effet) entre l'effet produit et l'intention initiale».

### 5. Les formes de la communication

**La Communication interpersonnelle** : La communication interpersonnelle est **fondée sur l'échange de personne à personne**, chacune étant à tour de rôle l'émetteur et/ou le récepteur dans une relation de face à face : **la rétroaction (feedback)** est censée être facilitée sinon quasi-systématique.

**La Communication de groupe** : La communication de groupe part de plus d'un **émetteur s'adressant à une catégorie d'individus bien définis**, par un message (communication) ciblé sur leur compréhension et leur culture propre.

**La Communication de masse** : Dans la communication de masse, un émetteur (ou un ensemble d'émetteurs liés entre eux) s'adresse à **un ensemble de récepteur disponibles plus ou moins bien ciblés**. Là, la compréhension est considérée comme la moins bonne, car le bruit est fort, mais les récepteurs bien plus nombreux. Elle dispose rarement d'une rétroaction, ou alors très lente.

**La communication externe** : La communication externe regroupe **l'ensemble des actions de communication entreprises à destination des publics externes** à l'entreprise ou à l'organisation considérée.

Les publics visés par la communication externe sont en général :

- les consommateurs (clients et prospects)
- les décideurs
- les partenaires
- les fournisseurs
- les investisseurs potentiels
- l'environnement local

**La communication interne** : regroupe l'ensemble des **actions de communication au sein d'une entreprise** ou organisation à destination de ses salariés

Pour avoir une signification complète d'un message, il faut être attentif au fait que le message est toujours émis(verbalement ou non) dans un contexte particulier et qu'il est codé par l'émetteur et décodé par le récepteur. Parfois, l'intention de l'émetteur peut ne pas correspondre à l'effet produit sur le récepteur en cas de « mauvaise » interprétation du message. En effet, il faut distinguer trois niveaux différents dans la situation de communication :

- Ce que je pense (**l'intention**), ce que je veux signifier par mon message ;
- Ce qui est émis, **mon message** ;
- Ce que l'autre perçoit (**l'effet**), ce que l'autre comprend.