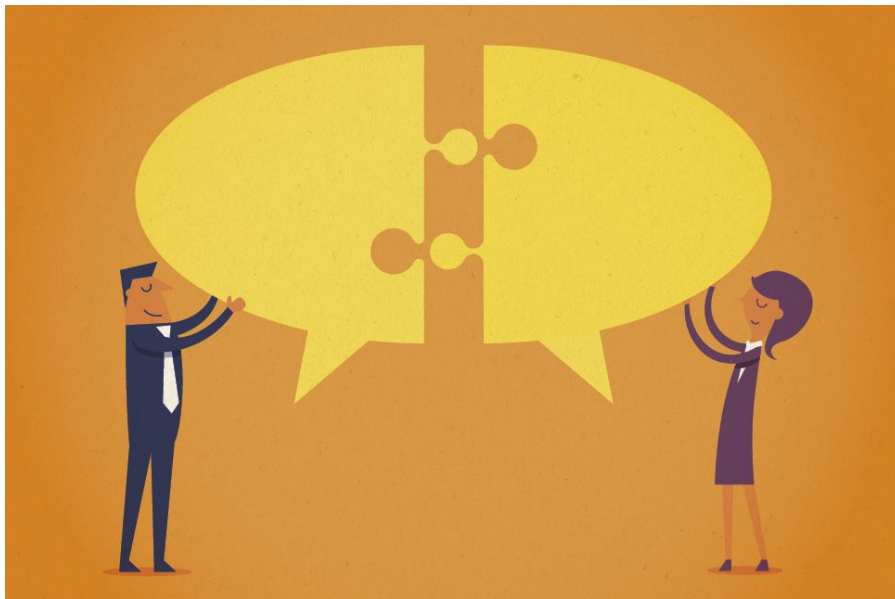


Synthèse: La Communication



Sommaire

Introduction	2
I- Les different formes de Communication (Verbale/non verbale)	3
II- Les Mécanisme de la communication	4
III-La Communication en groupe	
Conclusion	

Introduction

La communication est l'action de communiquer, d'établir une relation ou de transmettre quelque chose à un humain, une machine ou un animal.

La Communication à différente façon de se modéliser:

- **Le schéma de Shannon et Weaver:**

Schéma **développé** dans le domaine de la technologies de l'information et de la communication, aux EU, **par Shannon** (ingénieur en télécommunication). Son but premier est de **modéliser** la minimisation des perte d'information lors du transfert des messages téléphonique(opération de codage et de décodage entre émetteur et récepteur).Cependant elle ne prend **pas en compte les acteurs réels de la communication ni le contenu des messages**.

- **Contexte psychosociologique:**

L'approche **psychosociologique** prend en compte **le cadre de référence implicite** (expériences, opinions, normes, valeurs..), **les besoins ou motivation** (explicites ou pas) et **les attitudes** (importance du statut, du milieu, des stéréotypes) de l'émetteur. Il prend aussi en compte la façon de penser (passif, objectif), l'interprétation et le décodage du récepteur. Pour finir il caractérise les 3 différentes distorsion dû au bruits: Distorsion d'ordre technique (bruit de fond..) d'**ordre sémantique**(sens des mots...), d'**ordre organisationnel** (perturbations liées au fonctionnement des réseaux d'informations).

Le récepteur perçoit grâce à ses 5 sens une sélection consciente ou inconsciente de ce qu'il lui intéresse, attire ou connaît. Cependant le **Facteurs physiologique** (évoluant avec l'âge) met en évidence quelques limites en cette perception comme L'Oreil ne pouvant pas entendre un sons inférieur à 20 Hz ou supérieur à 20000 Hz. Les yeux ne pouvant voir ni les rayons X, ni les infrarouges, ni les ultraviolets. Il existe aussi le **Facteurs environnementaux** prenant en compte l'intensité, la dimension, le contraste et le mouvement du message.

Cette perception est **filtrés subjectivement** en prenant en compte les **valeurs personnelles** (Familles, travail, loisirs..), **républicaines** (Démocratie, liberté..) et **religieuses** de façon environs cohérente, hiérarchisée et susceptible de varier avec le temps. Ils représentent aussi les croyances **collectives** et **individuelles** (expérience) et la confiance qu'a le récepteur sur lui-même.

Comment fonctionne la communication et par quoi passe les différents acteurs de celle-ci avant, pendant et après que la communication a eu lieu?

Pour répondre à ces questions nous nous intéresserons dans un premier temps aux différentes formes de communication (Verbale/ non verbale). Ensuite nous nous plongerons sur les mécanismes de celle-ci. Nous poursuivrons par une explication de la communication en groupe avant de finir par une conclusion.

I- La Communication verbale/ non verbale

L'homme, afin de communiquer, a le choix de le faire de 2 façons. La première est en **communiquant verbalement** (avec des mots ou un langage), la deuxième est la **communication non verbale** (n'utilisant pas de langage et pouvant se substituer au message: silences, gestes, postures etc...). Il existe aussi le **paralanguage** (employé seul ou généralement avec la parole: mimiques, gestuelle, sifflements, etc..)

La communication non verbale peut être utilisée afin de **définir des attitudes, révéler nos émotions, compléter le verbale** (avec des gestes par exemples) ou même **faciliter l'expression verbale**. Pour l'étudier on peut se consacrer sur ses différents aspects étant: **le mouvement du corps** (espace, démarche, posture, gestuelle ou mimiques de l'individu) ou tout simplement en nous fiant aux **sens** que nous possédons: **la vue** (Apparence ou direction du regard d'un individus), **l'ouïe** (le Ton de la voix, les bruits ou le silence), **le toucher** (le contact physique) ou **l'odorat** (le parfum).

On peut aussi l'étudier en différenciant le type de distance et relation interpersonnelles. Il en existe 4 types:

- **La Distances intimes**(moins de 45 cm):
 - Rapprochée: trop prêt pour la vision, distance des sensation tactiles et olfactives (couples).
 - Éloignée (moins de 20 cm): Distance qui ne met pas à l'aise, on essaye de ne pas trop regarder les gens.
- **La Distance personnelles**(45 cm à 1,20 m):
 - Cercle familial et amical. Contact tactile (bises).
- **La Distance sociale** (1,20 à 3,6 m):
 - distance de travail: peu de contact Variant avec la culture(culture à contact, culture sans contact)
- **La Distance publique**(3.6 à 7 m):
 - relation avec un groupe et non avec un individu.
 - Plus de 7.6 m: distance d'un orateur avec une foule (orateur généralement en hauteur).

La communication non verbale est présente chez l'Homme **dès sa naissance** (ex:mimique chez l'enfant aveugle dès la naissance). Elle est aussi quasi-universelles suites aux réactions **spontanées (mimiques du visage, larmes, rougissement)**. Cependant il existe aussi des **gestes faussement universels** comme par exemple le geste de salutation.

II- Les Mécanismes de la communication

Le mécanisme psychologique de la communication est la transformation, la sélection ou le filtrage d'information à travers la personnalité, les motivations ou le système de référence d'un individu. En d'autres termes, c'est ce qui se passe dans la tête d'un individu avant, durant et après la communication.

Ce mécanisme a donc différents effets sur la communication et le mental d'un individu en lui-même. Les premiers effets de ce mécanisme sont ceux de la **catégorisation**¹, deux types d'effets la présente **les Effets primaire** (lorsqu' un objet est affecté à une catégorie), regroupant les effets inductif² et déductif³, et **les Effet secondaire** (lorsque plusieurs objets sont affectés à plusieurs catégories), regroupant les effets d'insémination⁴ et de contraste⁵.

Cependant, ces effets peuvent entraîner deux problèmes fondamentaux comme la création de Stéréotype ou de conflits entre certaines relations intergroupe(ex:racisme).

Les mécanismes psychologiques sont aussi constitués de **mécanismes de défenses** visant à protéger un individu d'affects désagréables ou douloureux. Les plus connus sont le **déni**(refus d'admettre une réalité traumatisante), le **refoulement**(rejet dans l'inconscient des émotions, des affects ou des représentations), la **projection**(expulsion de soi et localisation dans l'autre de qualités, sentiments, désirs ou objet méconnus ou refuser en lui), la **rationalisation** (réduction de la dissonance cognitive) et l'**humour**(représentation de situation compliquée de manière humoristique).

Il existe aussi les **mécanismes psycho-sémantiques** intervenant seulement au niveau du code comme l'ordre des mots ou le poids des mots. Ce mécanisme est souvent basé sur les **normes sociales**.

Pour finir, les mécanismes peuvent être utilisés afin de **manipuler** certains individus comme nous pouvons l'apercevoir pour les publicités, l'escroquerie ou même les sectes.

¹ **catégorisation**: étiquette que l'on va lier à un individu. Il existe différentes formes de catégorisation

² **effet inductif**: accentuation des traits que l'individu possède en rapport avec sa catégorisation

³ **effet Déductif**: accentuation des traits que l'individu ne possède pas mais qui est en rapport avec sa catégorisation

⁴ **effet d'insémination**: Accentuation de la ressemblance entre les objets appartenant à une même catégorie

⁵ **effet de contraste**: Accentuation des différences entre les objets ayant une catégorie différente

III- La communication en groupe

La communication interpersonnelle se définit tout simplement par l'interaction entre au moins deux individus. Nous pouvons mesurer sa qualité grâce au type de relation des individus présent (**attitude de communication**), l'**efficacité du message transmis** et la qualité de transmission du message (**rétroaction du récepteur**).

L'attitude de communication peut être évaluée de 6 façons différentes:

L'attitude du jugement pouvant être de valeur positive (rassurante mais en contrepartie stopper toute volonté de remise en question) ou négative (blocage ou agressivité mener à une réduction de la motivation à s'exprimer). **L'attitude d'interprétation** pouvant mettre une fausse idée en tête si l'interprétation est risquée de blocage plus important suites aux mécanismes de défense si l'interprétation est juste. **L'attitude d'aide et de solution** se concentre sur les solutions et non sur le problème lui-même. Cette attitude est l'aboutissement d'une attitude d'écoute. **L'attitude d'aide et de soutien** est une dédramatisation rassurante diminuant l'anxiété à court terme mais risquant de l'augmenter à long terme si l'individu ne résout pas son problème. **L'attitude d'enquête** pousse à poser des questions sur la pensée de l'autre. Question ouverte pour la liberté de penser et question pointue pour des interrogatoire par exemple. **L'attitude de compréhension** consiste à clarifier les propos de l'autre en les reformulant le plus fidèlement possible. Elle peut éviter le quiproquo ou l'incompréhension, cependant, une difficulté à créer les conditions d'une véritable écoute en émane.

Il n'y a pas de comportement meilleur à avoir, un comportement se choisit en rapport avec le contexte et l'interlocuteur en face. On a tendance à adopter le plus souvent les attitudes les plus directives tout en sachant qu'elle entraîne un sentiment d'incompréhension.

Pour ce qui est du message efficace peut être **concis** (message qui va à l'essentiel), **complet** (Qui, Quand, Où, Quoi, Comment, Pourquoi, Combien), **clair** (moins d'interprétation possible, sans ironie ou ambiguïté) ou **assumé** (mettre en avant la subjectivité d'un jugement).

La rétroaction est aussi appelée feed-back (manière dont le message a été transmis, reçu et compris par le destinataire). Il est indispensable pour une véritable communication, il sécurise à la fois l'émetteur et le récepteur. Il peut être demandé de façon non-verbale (cherche à capter le regard, gestes, respiration) ou inviter verbalement suite à une formulation, une intonation ou un silence. Pour cela, faire preuve d'une **écoute active** (attitude d'empathie, pas trop réactif, attentif et ouvert).

La reformulation est faite en fonction de notre compréhension, de notre intention portée à l'interlocuteur et de notre mémorisation des choses entendues.

Pour finir, afin de réussir son feedback il faut créer un climat de confiance, s'assurer que chacun a bien conscience de sa nécessité, trouver le bon endroit et le bon moment et le faire rapidement. Il doit être clair, concis et précis avec des informations sur le comportement ou les faits mais non pas des personnes.

CONCLUSION

La communication fonctionne en s'appuyant sur **les facteurs mental** des acteurs mais aussi en s'appuyant sur **le contexte** de la discussion, sur **l'environnement**, sur **la méthode** employée afin de communiquer et donc de nos **sens**. Les acteurs doivent passer par plusieurs **rétrospectives** mais aussi **analyser** les différents traits mentaux que laissent échapper les autres acteurs autour de lui. Elle peut être dérangée par des **distorsions sonores** ou **visuelles** mettant en avant la nécessité d'une grande concentration ou d'un endroit calme si le sujet est sérieux.