

1 – Le concept de communication

1 – Les différents sens du mot « communication »

- la communication, c'est **le fait d'échanger**, d'établir une relation avec quelqu'un, c'est-à-dire le processus bilatéral d'échange et de compréhension d'un message entre au moins deux personnes ou une personne et un groupe, ou encore, deux groupes.

« *Je suis en communication téléphonique avec un des responsables du siège !* ».

- la communication, c'est **la chose que l'on communique** : « *Avez-vous bien reçu ma communication ?* » (sous-entendu mon *reporting* mensuel, ou mon rapport).

- la communication, c'est **l'ensemble des moyens organisés** par lesquels les individus communiquent : « *La communication dans notre entreprise est à réorganiser* »

Les deux concepts de communication et d'information sont très souvent associés ou utilisés de façon concomitante. Il convient cependant de bien les différencier, l'information étant un renseignement ou un fait que, par le processus de communication, l'émetteur porte à la connaissance du récepteur, c'est le contenu du message transmis. Sans information transmise la communication n'existe pas. De même, l'information n'est utile et ne prend un sens qu'au travers d'une communication.

2 - Les typologies de la communication

Selon les protagonistes concernés :

- la communication **interpersonnelle** : situation de communication entre une personne et une autre personne ;
- la communication **de groupe** : situation de communication entre une personne et un groupe ou entre plusieurs groupes ;
- la communication **de masse** : situation de communication, entre un émetteur et un certain nombre (parfois très important) de récepteurs, qui passe par (ou utilise) une technologie de mass média permettant de s'adresser à un public nombreux.

Selon la forme expressive :

- la communication **orale**, la plus naturelle car s'effectuant par la parole ;
- la communication **gestuelle** qui accompagne ou peut se substituer à la parole ;
- la communication **écrite**, la plus complexe car elle est contrainte par des règles précises essentiellement liées à la langue utilisée ;
- la communication **imagée** ou iconique qui recouvre toutes sortes de représentations (dessins, graphiques, schémas, symboles, photographies, images animées, images de synthèse, images virtuelles, ou encore les tableaux de texte ou de chiffres qui ont aussi un aspect iconique).

Selon le but (ceux-ci pouvant être mêlés) :

- la communication **objective** qui n'a pour but que d'informer d'une façon la moins subjective possible ;
- la communication **argumentative** qui sélectionne, ordonne, présente sous un jour le plus favorable possible des informations en vue de convaincre (publicité, discours politique, débat, plaidoirie) ; elle revêt un certain degré de subjectivité ;
- la communication **expressive** qui a pour but de communiquer sur soi, sur un sentiment, sur une opinion.

3 – Les éléments de la communication

- **L'émetteur et le récepteur.**
 - **Le message** qui est composé d'opinions, de faits, de sentiments et d'intentions d'actions qui constituent autant d'informations pour le destinataire.
 - **Le canal** qui est la voie de communication utilisée par l'émetteur : écrit, oral ou visuel (photographie, dessin, schéma, logo, animation visuelle, geste, posture...).
 - **Le support** qui constitue le moyen technique qui permet de transmettre le message,
 - pour l'écrit : support papier, support électronique...,
 - pour l'oral : radio, enregistrement, entretien direct, téléphone...,
 - pour le visuel : sur support papier, audiovisuel ou électronique.
 - **Le code de communication** : il s'agit du langage utilisé (sémantique/syntaxe) qui varie en fonction :
 - du message à transmettre qui peut être général ou tenir du jargon technique selon le contenu,
 - de la personnalité des interlocuteurs, de leur culture d'origine, de leur milieu social, de leur niveau de formation,
 - du contexte de la communication : réunion de travail, conseil d'administration ou cocktail.
- On distingue plusieurs niveaux de langue (ou registres de langage) :
- langage soutenu correspond au parler cultivé,
 - langage courant correct, compris par tout le monde et enseigné à l'école,
 - langage populaire ou familier, langue telle qu'elle est parlée dans la rue,
 - langage codé original, inventé dans un milieu assez fermé (argot, jargon de métier, verlan).
- **Les bruits** : parasites à la communication, brouillages divers, rumeurs, stéréotypes ... dus à des raisons techniques, cognitives, psychologiques, culturelles, contextuelles, organisationnelles.

4 – Les déterminants de la communication

Les facteurs influant sur la communication et ses composantes et ayant un impact sur la qualité de celles-ci sont :

- la personnalité des acteurs,
- la motivation des acteurs à communiquer ou non,
- la stratégie des acteurs (leurs enjeux, projets, objectifs, intentions...),
- les positions des acteurs (statut social, place dans le groupe, manière de se positionner les uns par rapport aux autres),
- le cadre de référence (normes, codes, règles dans lesquels s'inscrit la communication),
- le temps (car la relation s'inscrit sur une durée, un passé et un futur éventuel d'échanges),
- l'espace (dans un lieu donné, sur une « territoire éventuel », avec une disposition particulière du mobilier et des acteurs).