

# LA COMMUNICATION

## 1. Définition

D'une façon générale, communiquer, c'est transmettre un message (communication à sens unique).

Étymologiquement, « communication » vient de « communicatio » qui veut dire « être en relation avec ».

Elle vient aussi de « communicare » qui veut dire « mettre en commun, partager une expérience ».

Du point de vue de l'émetteur, communiquer, c'est toute tentative de se faire comprendre et du point de vue du récepteur, c'est tout effort de comprendre.

La communication intervient dans les domaines : d'Education, famille, commercial, politique, économique.

On ne peut pas ne pas communiquer. La communication peut être volontaire ou involontaire.

La communication est transactionnelle. La communication n'est pas un don naturel, c'est une compétence.

## 2. Les typologies de la communication

On distingue la communication :

- Verbale et non verbale ;
- De masse, de groupe, Institutionnelle, Interne et externe

## 3. Le plan de communication

Le plan de communication est un outil de management de la communication. Il permet de formaliser ce que l'on veut communiquer, à qui, quand, comment, pour quel résultat.

L'élaboration du plan de communication doit s'appuyer sur la clarification de ce que l'on cherche à atteindre comme objectif au travers de la communication. Il s'agit donc d'identifier :

- **Qui communique ?** L'émetteur.
- **Que veut-on communiquer ?** Le message.
- **A qui ?** Le public cible.
- **Par quels moyens ?** Le dispositif et les supports.
- **Pour obtenir quels résultats ?** Les objectifs et les effets attendus.

Le plan de communication permet d'avoir un aperçu structuré des actions de communication, de faciliter leur préparation.

Il permet de veiller à une bonne synchronisation des actions de communication.

## 3. Les formes de la communication

1. Directe:

- Échange interpersonnel sans intermédiaire
- Englobe les échanges oraux, visuels, gestuels et tactiles
- Individu ou groupe ou institution, ou choses
- Intentionné, il est motivé; consciemment ou non à dispenser un message codé
- Modification de l'idée à cause de la distorsion de l'information

2. Indirecte:

Existence d'un canal réduisant le temps et l'espace

## LA COMMUNICATION

- Verbale: utilisation du langage, orale, écrit ou imprimé:
- Résultat d'une convention tacite et se transmet par apprentissage
- Malléable et peut transmettre une quantité infinie d'informations
- Structuré: c'est l'aspect grammatical
- Non verbale: silences, postures, gestes, expressions faciales, toucher ...
- Unidirectionnelle: le message circule dans un seul sens
- Bidirectionnelle: échange La meilleure communication est: directe et bidirectionnelle

### 4. Les composantes de la communication

-Le **message** lui-même ;

-Le **destinateur** envoie un message au destinataire » ;

-Le **destinataire** est censé recevoir le message ;

- « Pour être opérant, le message requiert d'abord un **contexte** auquel il renvoie (c'est ce qu'on appelle aussi, le « référent »), contexte saisissable par le destinataire, et qui est soit verbal, soit susceptible d'être verbalisé » ;
- « le message requiert un **code**, commun, en tout ou au moins en partie, au destinateur et au destinataire (ou, en d'autres termes, à l'encodeur et au décodeur du message) » ;
- « le message requiert un *contact*, un canal physique et une connexion psychologique entre le destinateur et le destinataire, contact qui leur permet d'établir et de maintenir la communication ».

### 5. Les outils de la communication

La communication utilise différents moyens, divers supports dont les effets seront liés aux éléments précédents.

Généralement, on distingue 4 modes de communication :

1. La communication verbale : l'entretien, la réunion, la visite sur site,...
2. La communication écrite et/ou visuelle : la note écrite, l'affiche, la signalétique, le rapport, le journal interne,...
3. La communication audiovisuelle : le diaporama, la séquence vidéo, ...
4. La communication informatique : l'e-mail, la newsletter électronique, l'intranet,...

Chaque mode de communication présente des avantages et des inconvénients.

Le choix est lié à l'objectif, aux moyens matériels et financiers, au public cible visé.

La communication d'un message peut passer par différents supports.

Un même message (ce que l'on veut communiquer) devra être décliné en fonction du support utilisé, du public auquel il s'adresse et du contexte dans lequel il s'inscrit.

Plusieurs études ont mis en évidence que nous retenons approximativement :

- 10 % de ce que nous lisons ;
- 20 % de ce que nous entendons ;

# LA COMMUNICATION

- 30 % de ce que nous voyons ;
- 50 % de ce que nous voyons et entendons en même temps.

Par contre, nous retenons :

- 80 % de ce que nous disons ;
- 90 % de ce que nous disons en faisant quelque chose à propos de ce qui nous implique.

## 6. Les obstacles à la communication

Comme toute forme de communication, la communication n'échappe pas à certains obstacles. Ceux-ci peuvent être de différentes natures :

### 1. Physique (mécanique)

Il s'agit d'obstacles liés au mode de transmission ou au message.

**Le canal :** le support utilisé pour transmettre une information n'est pas adapté au message, à son contenu, à ses objectifs ou au public cible (contenu, objectif) ;

**Le code :** le code utilisé pour encoder le message n'est pas adapté au(x) récepteur(s). Le choix du code se fait à deux niveaux : la nature du code (linguistique, graphique, iconique,...), le niveau du code (termes techniques, vulgarisation,...). Il doit également tenir compte de l'univers symbolique des récepteurs ;

**Les bruits :** les bruits (au sens communicationnel du terme) perturbent la transmission d'un message (messages simultanés, message lacunaire,...). L'élimination de ces bruits ou du moins leur réduction doit conduire à améliorer la communication ;

**Le message :** il y a des exigences importantes pour la compréhension d'un message : clarté, précision, concision, structure. Leur absence engendre à la mauvaise qualité de la communication.

### 2. Psychologique (interaction)

Il s'agit d'obstacles se situant dans le cadre de la relation de communication, c'est à dire du côté de l'émetteur et du (ou des) récepteur(s) du message. A titre d'exemple, nous pouvons citer du côté de l'émetteur :

- la rétention de l'information (volontaire ou non) ;
- l'état émotionnel de l'émetteur ;
- les préjugés.

Et du côté du récepteur :

- entendre sans écouter ;
- l'état émotionnel du récepteur ;
- la distraction ;
- les préjugés ;
- le désir de parler ou d'avoir raison ;
- le manque d'intérêt pour les propos émis ;
- le phénomène de perception sélective.

## LA COMMUNICATION

Lorsque nous sommes dans le cadre de la communication interpersonnelle, il y a lieu de se rappeler les caractéristiques spécifiques de la communication verbale et non verbale (voir chapitre 1 consacré à ce sujet).

### 3. Contextuel

Il s'agit d'obstacles liés au **contexte**, au climat dans lequel se déroulent les échanges. Le contexte n'est pas toujours propice à l'apparition d'une communication de qualité : l'existence de tension, de conflit, l'apparition de rumeurs,... sont des obstacles.