Chapitre 1
Définition de la communication

D'après vous :

Qu'est-ce que la communication ?

Quelle différence faites-vous entre communication et information ?

La communication st un échange entre deux ou plusieurs personnes.
L'information est une **transmission de données** à sens unique. Lorsque vous regardez le journal télévisé, le présentateur vous transmet une information. Mais si vous ne la comprenez pas, vous ne pouvez pas interagir avec lui pour qu'il précise ses dires.

La **communication** rassemble plusieurs éléments :
- l'action, le fait de communiquer, d'établir une relation avec autrui, de transmettre quelque chose à quelqu'un ;
- l'ensemble des moyens et techniques permettant la diffusion d'un message auprès d'une audience plus ou moins vaste et hétérogène ;
- l'action, pour un individu ou une entreprise, d'informer et de promouvoir son activité auprès du public, mais aussi d'entretenir son image, et ce quel que soit procédé médiatique utilisé.

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...).

Lorsqu'on transmet un message physique, oral ou écrit, on s'inscrit dans une **situation de communication**. D'ailleurs, la socialisation de l'individu est étroitement liée aux communications qui s'établissent entre lui et son environnement : **l'individu qui communique se socialise**.
Grâce aux moyens de communication qui existent aujourd'hui et que nous avons à notre disposition, la Terre est actuellement un **village planétaire**. Il est possible de connaître ce qui se passe à l'autre bout du monde quasiment en temps réel. Cependant, malgré une transmission de l'information de plus en plus rapide et des moyens et techniques toujours plus performants, la communication n'est **pas toujours efficace**. En effet, il ne faut pas confondre

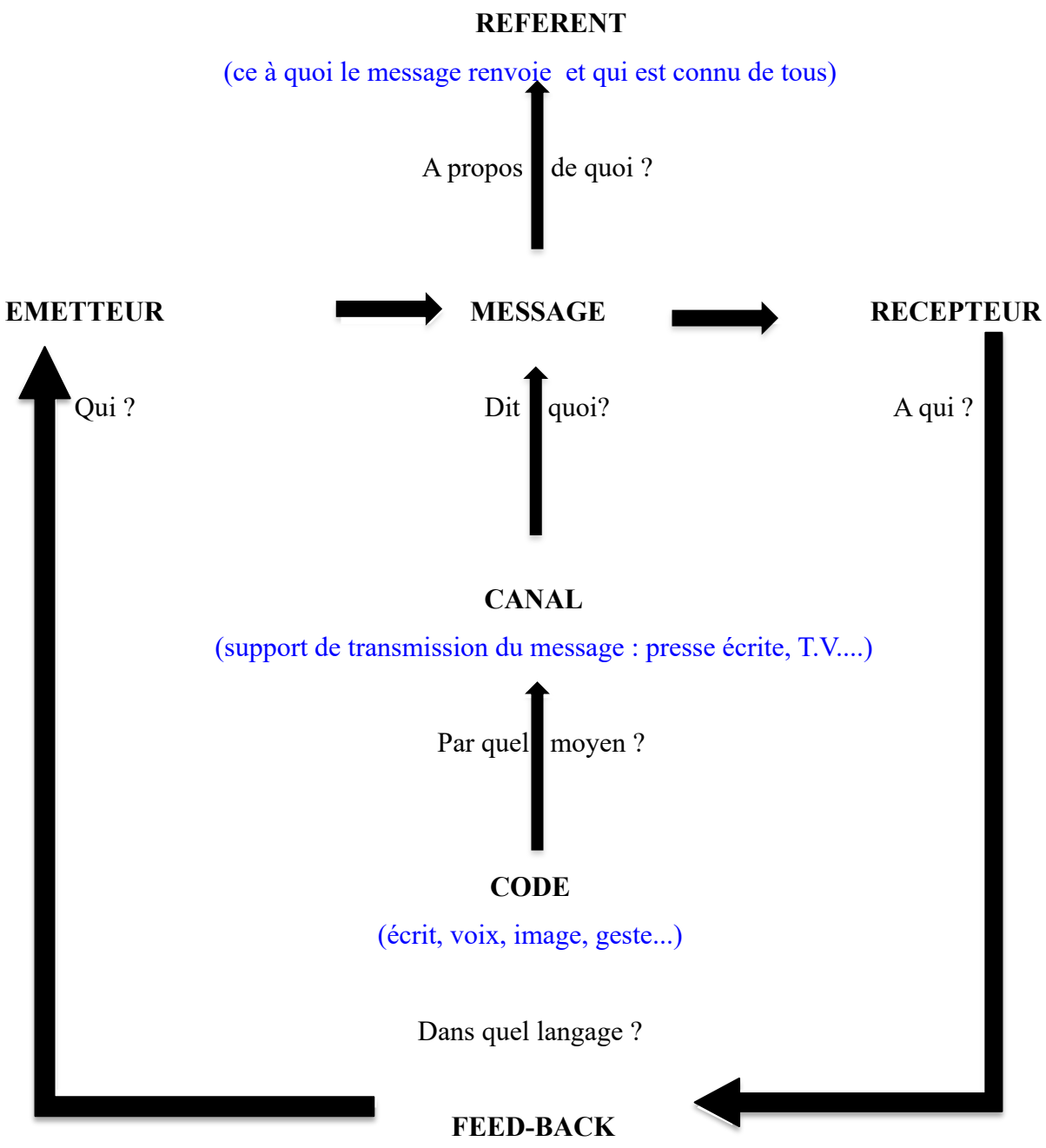
rapidité technique et rapidité de communication, ni efficacité technologique et efficacité de la communication.
La confusion est de croire que lorsque nous connaissons une technique, nous savons communiquer. Or, il est vrai que les moyens de communication se sont largement développés mais les moyens de non-communication aussi :
- sur l'écran de votre téléphone portable, vous pouvez voir qui vous appelle et donc ne pas répondre si vous ne souhaitez pas communiquer avec cette personne ;
- avant, on se rassemblait pour regarder la télévision en famille. Maintenant, via le replay, la VOD ou juste parce que chacun possède son propre écran, chacun regarde son propre programme.

Toutes ces technologies, conçues à la base pour améliorer la communication, ont un double effet qui peut nous conduire peu à peu à la non communication.

SCHEMA 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 suivant, imaginé par le linguiste Roman Jakobson[1] dans les années 60.

[1] Penseur russe (1896-1982). L'un des plus grands maîtres de la linguistique du XXème siècle.



Signification du schéma :

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**.

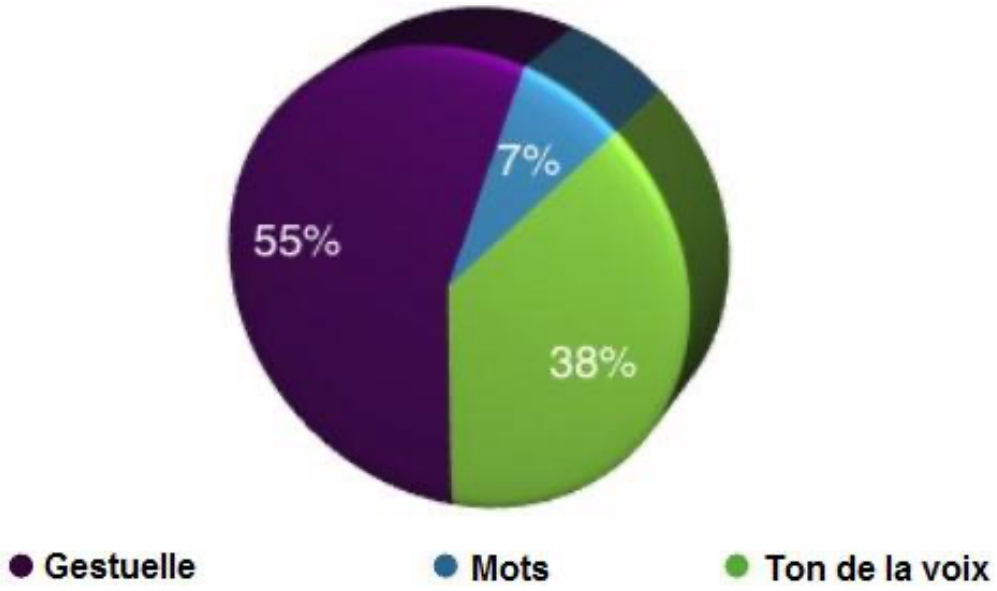
À chaque facteur de la communication, Jakobson va faire correspondre une fonction spécifique du langage. Chaque interaction met en oeuvre une ou plusieurs de ces fonctions.

- **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 que le langage 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 dans certaines campagnes publicitaires...).
- **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...

Précisons ici que la communication n'est pas qu'orale, elle peut également être **non verbale**.
En effet, elle passe par le **corps** (silences, gestes, postures, expressions faciales, intonation, vêtements...) qui permet d'exprimer des **émotions**, des **sentiments**, des **valeurs**.
Ce **paralangage** renforce et **crédibilise le message verbal** lorsqu'il est adapté, mais peut le décrédibiliser s'il est inadapté.
En effet, on envoie et on reçoit en permanence des signes qui transitent par des expressions du visage, des gestes, des postures, le ton de notre voix, l'habillement, la coiffure, le maquillage, l'odeur, le silence... Bien avant l'échange langagier, nous jugeons les autres à travers l'image qu'ils véhiculent.
Le langage non-verbal permet aussi la communication entre personnes de langues différentes : le rire et l'expression de la douleur sont les manifestations les plus universelles. Les autres signaux, eux, seront interprétés **en fonction du contexte** : le sens d'un geste dépendra de la **situation**, de l'**émetteur**, du **récepteur**, de la **culture**, de la **religion**...
Au Japon par exemple, le chrysanthème est considéré comme l'une des plus belles fleurs et est régulièrement offert en guise de respect et remerciement. En France, c'est au contraire une fleur dédiée aux morts, que l'on dépose sur les tombes.

À ce sujet, Albert Mehrabian[2] a évalué l'**équation du comportement verbal/non verbal** dans toute situation de communication. Ce graphique illustre ses résultats et les effets du paralangage sur la communication :

[2] Professeur de psychologie à l'Université de Californie (né en 1939). Rendu célèbre par ses travaux sur l'impact du non-verbal dans les messages verbaux.



À RETENIR

Il apparaît clairement que le plus déterminant dans un échange est la part de ce que l'on ne dit pas. L'impact des mots, lui, est minime.

Dans toute situation de communication, l'émetteur met en place une **stratégie**, variable selon son **intention** et le **statut des récepteurs** de son message.