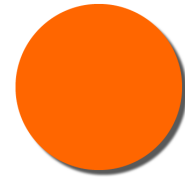


Leçon 1: Définition et différents types de communication

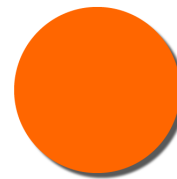
ZINSOU Edmé Michel

Table des matières



Objectifs	3
Introduction	4
I - Définitions	5
II - Les principaux éléments de la communication	7
III - Différents types de communication	9
IV - Dispositions pour communiquer clairement	13
V - Facteurs influençant l'efficacité de la communication	16
Conclusion	18

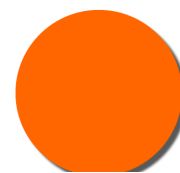
Objectifs



Ce cours vise à amener les auditeurs à connaître les éléments de la communication, ils doivent à la fin de cette leçon être de :

- Énumérer les différents éléments du processus de communication
- Décrire les composantes du processus de communication
- Décrire les trois types de communications

Introduction



Partout où des êtres humains vivent, il y a communication — échange. La communication constitue l'outil par excellence de ces fréquentes interactions.

L'on communique, tous les jours et partout si bien que même refuser de communiquer c'est communiquer qu'on ne veut pas communiquer.

La communication joue un rôle essentiel dans la vie en général. Elle est aussi devenue aujourd'hui un important secteur d'activités avec une dimension

industrielle et technologique considérable à un point tel qu'on utilise le terme société de l'information ou de société de la communication pour caractériser

la société post industrielle. L'entreprise qui est une micro société ne peut se passer de la communication. Au contraire, elle est le moteur de tout le dynamisme

qui s'y dégage. Ainsi, une société dans laquelle la bonne communication ne s'établit pas **s'asphyxie**. Car communiquer veut dire «mettre en commun», «communier»,

« être en relation avec » «faire partager », transmettre. Communiquer, suppose alors le recours aux mots bien sûr, mais aussi les gestes, le regard, l'intonation, le silence etc...

Communiquer vient du latin 'Communicare' qui veut dire mettre en commun. A la pratique, on emploie indistinctement le terme communication pour désigner

'aussi bien le contenu d'un message que le processus d'échange entre deux ou plusieurs personnes. Les multiples définitions émises au sujet de ce concept l'on rendu polysémique.

Alors qu'est-ce que la communication au plan opératoire ?

Définitions



Définition



La communication est sujette à plusieurs définitions.

Pour certains tels que Claude Flamment, **tout échange entre deux ou plusieurs individus ou groupes de personnes est une communication. Cette conception est aussi partagée par Cooley pour qui** la communication est le mécanisme par lequel les relations humaines existent et se développent.

Cette large conception de la communication est différente de celle d'autres auteurs selon lesquels **il n'y a communication que s'il y a un message composé en une langue commune aux interlocuteurs**. Cette dernière conception qui n'admet à la limite que des messages codés tels que les 'Morse' est très restrictive et tend à négliger les mimiques, les gestes, les images voire les comportements non verbaux, comme n'ayant pas de signification commune pour les interlocuteurs.

La définition proposée par Didier ANZIEU semble être un peu plus explicite mais elle n'explore que le volet information au détriment de l'échange.

Pour lui, **la communication est l'ensemble des processus physiques et psychologiques par lesquels s'effectue l'opération de mise en relation d'une ou plusieurs personnes (l'émetteur) avec une ou plusieurs autres personnes (le récepteur) en vue d'atteindre certains objectifs**.

Aussi, pour être plus opérationnel proposons-nous la définition suivante :

La communication est un processus par lequel un émetteur et un récepteur établissent un contact pour échanger et partager des informations, des idées, des opinions ou des sentiments. Elle est aussi un processus par lequel les informations et idées sont échangées afin de percevoir les attitudes, les réactions et les intentions des éventuels récepteurs en vue d'un changement.

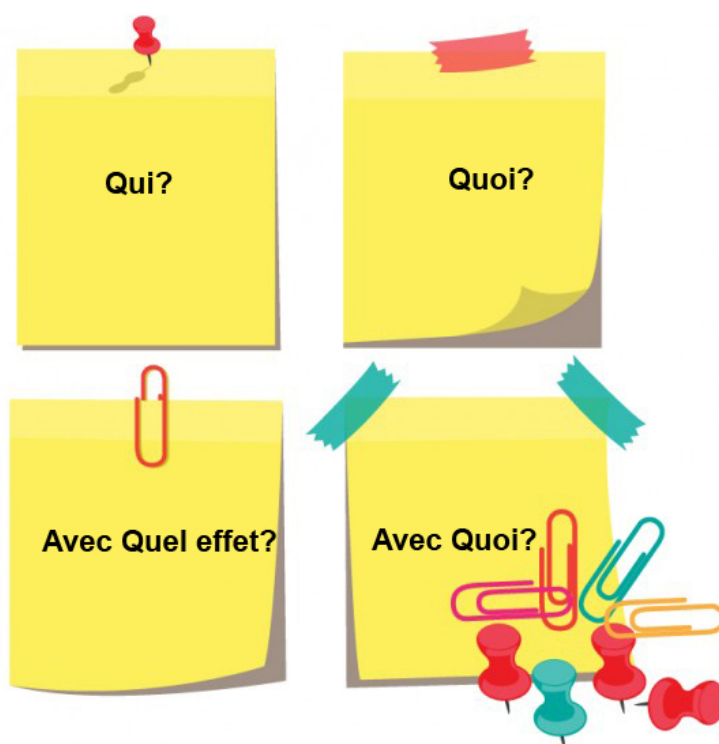
La communication peut se dérouler au niveau des sphères suivantes :

- Personne à personne : deux personnes sont en interaction,
- Groupe : une personne (ou plusieurs) s'adresse(nt) à un groupe,
- Organisation : elle se fait dans un cadre institutionnel ; l'émetteur représente l'institution,

- Masse : les récepteurs constituent un ensemble hétérogène (lieux et moments de réception différents, pas de liens entre eux).

Quels sont les principaux éléments de la communication ?

Les principaux éléments de la communication



Pour les décrire nous nous inspirerons du **schéma de LASWELL**

QUI dit QUOI à QUI avec QUOI et avec QUEL EFFET

QUI : c'est l'émetteur, celui qui envoie les messages ; celui qui prend l'initiative de la communication, qui formule le message ; il peut être aussi appelé **destinateur**.

QUOI : C'est le message, il comprend le contenu qui peut revêtir plusieurs formes, il peut être des idées, des sentiments, des émotions. En d'autres termes, c'est la séquence des signes assemblés selon des règles et véhiculant une signification. Le message doit être simple, clair, pertinent, intéressant compréhensible et convaincant.

QUI : C'est le récepteur, c'est celui ou celle à qui le message est destiné. Il peut être un individu ou un groupe d'individus. Il est appelé aussi le destinataire. Chaque destinataire est différent. Aussi ses besoins et ses espoirs sont-ils ce qui le/la pousse à résister aux changements proposés ou au contraire à chercher à adopter de nouvelles attitudes et de nouvelles façons de procéder. C'est celui à qui l'on parle, celui qui **reçoit** le message ou celui à

qui est **destiné** le message.

Avec **QUOI** : C'est le support, la voie, le moyen, le chemin par lequel passe un message depuis sa production par l'émetteur jusqu'à sa réception. Le canal doit être fidèle, culturellement approprié, favorable à l'interactivité et accessible (canal audiovisuel, canal institutionnel).

Le canal présente les messages de façon à ce qu'ils puissent être :

- vus, sous des formes imprimées et visuelles,
- entendus à l'aide de moyens sonores,
- vus et entendus, par l'intermédiaire de films, de la télévision, d'autres matériels audiovisuels et de démonstrations sur le terrain,
- touchés, sentis et goûtés, par l'intermédiaire de modèles, d'exposition, d'échantillons et d'expériences.

Le canal peut être un média utilisé pour véhiculer, en le matérialisant, un message.

Avec **QUEL EFFET** (avec quels résultats). Ici il s'agit de la rétro information.

Une communication réussie doit être un procédé à double sens au cours duquel l'émetteur et le récepteur doivent participer. En communiquant des idées l'émetteur doit éviter de considérer ce qu'il sait comme définitif ; il doit être plutôt attentif aux réactions et aux réponses de l'auditoire. Le rôle du destinataire est d'écouter et de donner des réactions.

La rétro-information est un élément très important dans le processus de communication.

Différents types de communication



Il existe plusieurs types de communications dans la société, qui sont généralement classées comme suit :

- **Communication à sens unique,**
- **Communication à double sens,**
- **Communication verticale,**
- **Communication horizontale,**
- **Communication verbale,**
- **Communication non verbale.**

Cette typologie a servi de base pour diverses classifications faites par ANZIEU, VANOYE, COOLEY, STOETZEL et autres.

Aussi, pour la clarté de notre présentation, décrivons-nous dans une première partie les six grands types. Dans une autre partie, nous parlerons des classifications faites par les psychologues sociaux.

La Typologie Classique

La communication à **sens unique** est celle qui est émise par l'émetteur uniquement en direction du récepteur. Dans ce type de communication, seule la personne qui expose parle. Il n'y a pas de rétro-information. Ce type de communication se rencontre dans les nouvelles à la radio, dans les exposés magistraux. La communication à sens unique permet aux participants ou au récepteur de s'informer.

La communication à **double sens** est celle qui est faite par l'émetteur et le récepteur. Elle permet aux deux parties d'échanger, elle assure la compréhension par la retro-information et elle crée les conditions d'égalité entre les interlocuteurs. Elle se rencontre très souvent dans les conversations, les discussions de groupe etc.. Ce type de communication prend parfois plus de temps et d'effort et il peut être inefficace quand les parties n'arrivent pas à s'entendre.

La communication à **verticale** est celle qui permet de fonctionner dans une discipline ficelée par la personne qui a le pouvoir ou celle qui peut s'imposer dans le cadre de la diffusion d'une information, d'un renseignement. Ce type de communication, qui consiste à donner des ordres des consignes strictes, considère l'interlocuteur comme une table rase, empêche l'autre partie de s'exprimer et il crée aussi des complexes de nature à faire obstacles à la communication.

La communication **horizontale** est celle qui, permet aux interlocuteurs de discuter d'égal à égal, prend en compte l'avis des deux parties, favorise la participation active et consciente des deux parties. Ce type de communication se rencontre dans les dialogues et les concertations. Néanmoins il peut créer des problèmes de leadership et il prend du temps.

La communication **verbale** est celle qui permet, de mieux s'exprimer à l'aide de mots, d'adapter spontanément le niveau d'expression sans trop de difficultés. Ce type de communication est le plus usité et il traverse le champ de la tradition orale, du proverbe etc...

Il peut créer des difficultés si les termes utilisés dépassent la compréhension du récepteur, si le référant n'est pas le même, si l'émetteur ne connaît pas la langue du récepteur.

La communication **non verbale** est celle qui s'exprime par les gestes.

Les échanges non verbaux sont si nombreux et si divers qu'on peut les considérer comme un moyen de communication autonome. Les hommes ne parlent pas seulement avec des mots, mais aussi avec leur corps, avec les objets, avec leur organisation de l'espace temps : ainsi se constitue le « langage silencieux ». Ce langage présente certains traits du langage verbal, et notamment celui d'être un code en partie arbitraire, différent d'une culture à l'autre.

Ce type de communication permet de s'exprimer plus clairement, surtout associé avec la communication verbale. Il s'utilise aisément et ne demande pas beaucoup d'effort. Néanmoins, il peut être un faux ami si le signe utilisé correspond à autre chose ou n'a pas de sens dans le système de communication du récepteur.

Les différentes classifications

Classification d'ANZIEU

Il présente quatre classifications

- **La communication instrumentale.**
Elle consiste à, informer, questionner et à ordonner.
- **La communication consommatoire.**
Elle consiste à, inquiéter, rassurer, séduire, ou tout simplement à exprimer ses sentiments devant autrui de façon spontanée ou réactionnelle
- **La communication tératologique**
Il s'agit de communication se développant pour elle-même au détriment de l'ensemble de la société (les rumeurs par exemple) et portant sur des informations sensationnelles attirant la curiosité des gens.
- **La communication incidente (accessoire).**
C'est celle à laquelle, on accorde peu d'importance, qui est secondaire. Cette classification est peu discutable et présente peu d'intérêt.

Classification de VANOYE

Il classe la communication sous deux types :

- **La communication unilatérale.**
Elle s'établit d'un émetteur à un récepteur sans qu'il y ait réciprocité. Les exemples les plus visibles sont ceux, du professeur dans un cours magistral, du poste de télévision dans un foyer, de l'affiche sur un mur qui diffusent des messages sans recevoir de retour (feedback).
- **La communication bilatérale.**
Elle a lieu lorsque l'émetteur et le récepteur font alterner leurs rôles. C'est ce qui se passe dans une conversation courante où l'on échange des messages.

Classification de COOLEY, STOTZEL et autres

- **Communication de personne à personne(à deux) ou communication individuelle ou communication interpersonnelle.**
Elles se déroulent dans les relations que les psychosociologues qualifient de primaires.

La communication interindividuelle se fait en général au moyen de la parole (communication verbale). Elle se fait entre deux personnes en conversation libre, au téléphone ; on l'appelle dialogue ; elle se fait également lors d'un entretien dirigé ou libre.

Elle peut –être aussi unilatérale (latéralisée) ou bilatérale (non latéralisée). Dans la majorité des cas, la communication est bilatérale. Le feed-back est *direct, immédiat*.

L'objectif dans ce type de communication, c'est d'échanger des informations, des points de vue, de s'affronter, de recueillir des informations, de passer le temps.

- **La communication en groupe**

Elle met en relation les participants à une réunion. Elle se fait en général de façon verbale. Elle intègre également les relations à deux, unilatérales, bilatérales, les relations individuelles du groupe, les relations entre sous-groupes (relations multilatérales) et variables suivant le fonctionnement du groupe. Le groupe peut se réunir de façon spontanée, formelle ou informelle. Les attitudes et les comportements de celui qui conduit le groupe (l'animateur, le leader formel) ont une incidence sur le groupe voire sur les réactions, les comportements des membres sur le climat social du groupe et par conséquent sur la communication inter-individuelle. Elles déterminent les réseaux de communication et de production du groupe (théorie de Kurt Lewin).

La communication est surtout verbale. Mais en plus de la parole on peut avoir recours à d'autres supports et canaux (textes, images, vue,..). Les objectifs poursuivis sont :

échange d'information, d'expérience, de points de vues, prise de décision, production de documents...Le feed-back est abondant, direct, immédiat dans les groupes démocratiques. Il l'est moins dans les groupes autocratiques.

La communication en groupe peut prendre des formes particulières suivant le type de réunions :

- **La réunion discussion**

Elle est conduite par un animateur chargé de donner vie au groupe et de faire en sorte que les échanges s'opèrent bien. Le déroulement de ce type de réunion varie suivant les objectifs :débat, table ronde, discussion,...

La discussion s'exerce sur un problème, un thème préalablement fixé ou préparatoire à une décision future.

- **Le Brain Storming (Tempête de cerveau)**

Il consiste à discuter 'à bâton rompu' d'un thème. Son objectif est la production intensive d'idées neuves et originales par le petit groupe.

- **La méthode des cas**

C'est la description d'une situation concrète réelle et problématique survenue dans une société ou une entreprise et conduisant à la recherche d'une solution.

- **L'exposé participation**

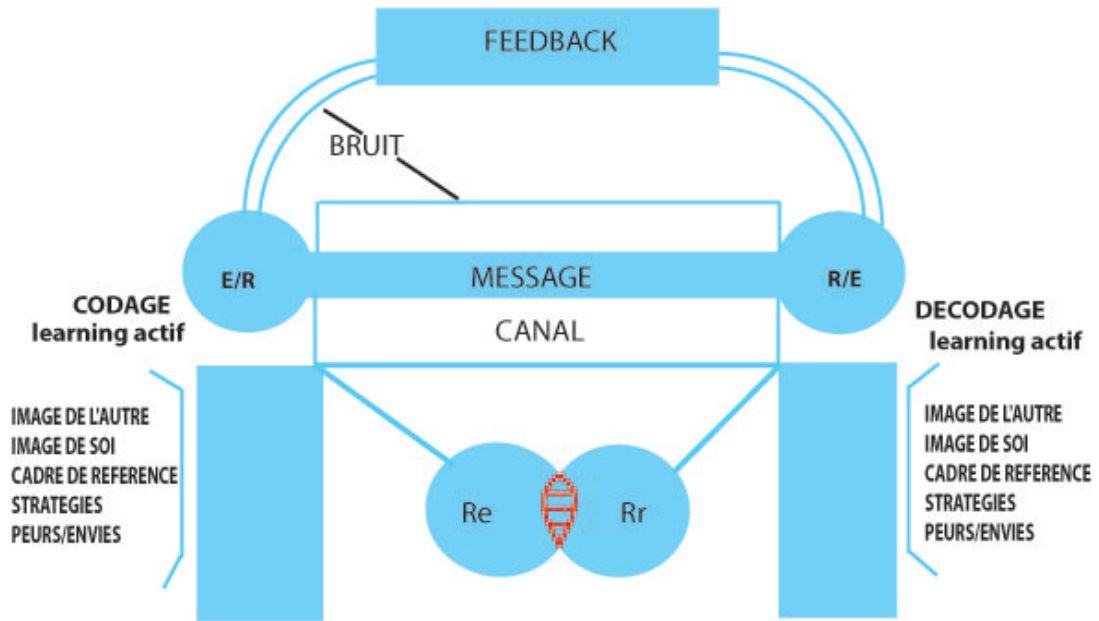
C'est une façon vivante de conduire un exposé. Il est possible d'y recourir pour des exposés portant sur des sujets généraux et ne nécessitant pas une érudition spécialisée et précise. L'animateur doit maîtriser le sujet traité et son auditoire.

- **La Communication de masse (ou dans les masses)**

C'est la transmission d'idées (ou information) à un grand nombre de personnes. Elle se fait en général par les média (surtout les mass-média) tel que : la radio, la télévision, la presse écrite et orale, l'affiche,...

Dans ce type de communication le feed-back est inexistant. On a affaire à une relation de diffusion .

LE PROCESSUS DE LA COMMUNICATION



Dispositions pour communiquer clairement



S'exprimer et se présenter clairement

Le but d'une bonne communication est de faire en sorte que les récepteurs entendent, voient et comprennent le message (idée ou sentiment) qui leur est transmis. C'est pourquoi, il est important de transmettre, de présenter le message clairement et simplement. Aussi, la présentation du contenu doit-elle se faire dans un ordre logique pour que les récepteurs le comprennent sans quiproquo. Pour ce faire, il faudrait :

- **Un message intéressant**

Le message à transmettre doit être captivant et digne d'intérêt, il faudrait alors être prêt à le communiquer au moment opportun, c'est à dire au moment où, l'esprit de l'émetteur est prêt, sa pensée est bien organisée. Tout cela demande une bonne préparation qui exige un grand **investissement**.

- **Un message captivant**

L'adulte n'apprend que ce qui l'intéresse. Aussi, toute présentation devrait tenir compte des attentes et des désirs des récepteurs afin de conserver leur attention pendant longtemps. Elle devrait leur assurer la confiance dès le début de l'intervention car pour intéresser les récepteurs ou l'auditoire, il faut présenter un discours intéressant.

- **Un message privilégiant la compréhension**

Lorsque l'émetteur conçoit son message, il doit fournir l'effort de se comprendre d'abord, ensuite de se faire comprendre, enfin il doit être convaincant et convaincu de ce qu'il dit. Il est conseillé dans ce cas d'utiliser la communication horizontale ; ce qui permet à l'émetteur de se mettre au même niveau de compréhension et d'expression que les récepteurs voire l'auditoire.

- **Un émetteur attentif aux réactions des récepteurs ou de l'auditoire**

L'émetteur doit vérifier régulièrement que son auditoire est sur la bonne voie, qu'il le comprend bien. Le cas contraire il doit clarifier le sens de son message pour le rendre accessible à tout le monde. Dans toute communication, il faut être patient avec les récepteurs et il faut également essayer de voir les choses de leur point de vue.

- **Un émetteur qui maîtrise ses émotions.**

L'émetteur doit, tolérer les erreurs, accepter les ambiguïtés et les différences car elles font partie de la dynamique et de l'apprentissage. Aussi doit-il éviter de laisser ses émotions prendre le pas sur la quintessence même du message. Au cas où vous aurez à communiquer avec un auditoire énervé, montrer très vite que vous le comprenez (auditoire) et que vous partagez leur point de vue.

Cette astuce aidera l'émetteur à calmer son auditoire et à mieux communiquer avec lui.

- **Un émetteur persuasif**

L'émetteur doit s'assurer que son auditoire l'a compris et c'est à ce stade qu'il pourra le persuader d'accepter son point de vue sur un problème donné et de passer à l'action.

Tout cela concourt à dire que pour que l'émetteur parvienne à convaincre son auditoire, il faut maîtriser à la fois le contenu du message et les outils nécessaires pour communiquer ce contenu.

- **Un émetteur qui doit détecter le moment opportun d'écoute pour l'auditoire**

L'émetteur doit être conscient qu'un message n'est efficace que lorsqu'il est transmis à un moment opportun et à un endroit approprié voire dans un environnement propice.

Aussi, aucune communication ne peut-elle être effective en dehors de l'écoute. On communique mieux que quand l'émetteur et le récepteur s'écoutent mutuellement, et surtout quand l'émetteur sait trouver le moment d'attention intense au niveau du récepteur et varier les moyens de ses présentations en vue de les rendre plus captivants.

Les interventions doivent avoir lieu dans un calme total et une atmosphère qui favorise la concertation.

- **Un émetteur qui doit savoir se servir de mots accessibles à tout le monde**

L'émetteur doit savoir que les mots peuvent avoir plusieurs finalités. Certaines fois ils créent un climat favorable, d'autre fois, ils construisent une ambiance défavorable, « Les mots, c'est avec les mots qu'on se fait des amis, c'est avec les mêmes mots qu'on se fait des ennemis ».

L'émetteur doit ainsi trouver des mots simples et usuels pour expliquer ses idées.

- **Un émetteur qui doit savoir se servir du strict nécessaire de mots.**

L'émetteur doit raffiner les mots qu'il utilise dans ses présentations. Dans un discours on peut informer, amuser, émouvoir son auditoire, mais à condition de choisir les mots qu'il faut sans tomber dans le familier, le trivial ou le pédantisme de nature à gêner la compréhension du message.

- **Un émetteur qui écoute et qui prête attention**

La communication impliquant à la fois le donner et le recevoir, l'émetteur doit écouter attentivement de façon à comprendre les intérêts et les idées exprimés par les auditeurs.

Ecouter est une manière de montrer qu'on a du respect pour celui qui parle ; c'est aussi faire attention à ce que les gens vous disent. Aussi faut-il encourager les gens à parler librement. Il ne faut pas les arrêter, interrompre et il faut éviter de discuter les idées ou opinions de celui qui vous parle, lorsque vous êtes récepteur ou en situation d'écouteur. Au cas où ces dispositions élémentaires ne seraient pas observées le fil de la communication serait rompu et l'émetteur s'exposerait à un risque de ne pas réussir à faire passer tout son message.

Il faut alors regarder la personne qui vous parle lorsque vous l'écoutez ; il faut se montrer attentif à son égard, ainsi elle se sentira à l'aise et communiquera sans complexe avec vous.

- **Un émetteur qui discute et clarifie les idées émises par l'auditoire**

Il est important, après avoir écouté de s'assurer qu'on a compris le message. Il en est de même aussi lorsqu'on a fini de parler de s'assurer que l'autre qui écoute vous a compris. Ainsi le fait de poser des questions peut aider à rendre clair ce qu'une personne a dit et peut aussi faciliter la communication entre les gens en les rendant plus précise et plus exacte.

Il est également bien de résumer ce qui vient d'être dit ou démontré. Après avoir écouté, tâchez rapidement d'expliquer à l'autre personne ce que vous pensez qu'elle a dit ; demander lui si ce que vous avez compris traduit bien l'idée de la personne qui a parlé. Procéder de même lorsque c'est vous qui parlez, encourager, l'autre personne à faire un résumé de ce qu'on a dit. Ainsi on saura si ce qui a été dit a été compris. Cette forme de discussion entre les gens rend la communication entre personne possible.

- **L'émetteur/ animateur doit résumer et faire la synthèse des principaux points**

Il faut rappeler les objectifs annoncés en début de présentation et montrer qu'ils sont atteints. Il est conseillé de terminer par exemple sur :

En résumé, en conclusion ou je voudrais résumer les points principaux.

Il est conseillé de clôturer une réunion ou une rencontre sur une note de gaieté avec une anecdote, un appel à l'action etc. et tout cela dans un environnement adapté à une communication horizontale.

Secrets pour réussir une bonne communication dans une présentation choc.

- Adapter votre sujet à votre public et adopter son langage.
- Organiser votre intervention en connaissant les points essentiels
- Ne pas lire votre texte ; il faut avoir des notes succinctes
- Savoir insister, dramatiser, et toucher la sensibilité de l'auditoire
- Inspirer le positif
- Exprimer votre joie d'être parmi l'auditoire
- Démarrer lentement et accélérer au fil du temps
- Avoir l'air heureux, confiant et il faut sourire.

Pièges à éviter dans la communication.

- Parler trop vite
- Parler d'une voix monocorde ou aiguë
- Refuser de sourire
- Parler pour ne pas dire grand-chose
- Manquer d'enthousiasme et de conviction
- Abuser des grands mots
- Utiliser des abstractions sans donner des exemples concrets
- Oublier d'expliquer les mots utilisés
- Employer des termes techniques inaccessibles à l'auditoire
- Exposer de façon floue le sens et la pertinence du message
- Parler si bas au point que l'auditoire ait du mal à entendre.
- Être insuffisamment préparé au point de ne pas dominer son sujet
- Manquer d'organisation et passer du coq à l'âne
- Hésiter de fixer les participants dans les yeux
- S'agiter, distraire les gens
- Prendre l'auditoire de haut
- S'éloigner du sujet
- Oublier de résumer et de conclure la présentation
- Utiliser des supports inadéquats pour illustrer ses propos
- Démotiver l'auditoire.

Facteurs influençant l'efficacité de la communication



La communication est un processus complexe exposé à l'influence d'une diversité de facteurs qui affectent les résultats. Par conséquent, ils entravent les tentatives de communication en l'empêchant d'être efficace, tels que :

- Les différences d'âge
- Les différences de niveaux sociaux et économiques
- Les différences qui existent dans la façon de s'exprimer et le vocabulaire employé en raison de la dissemblance des milieux culturels et sociaux des personnes qui tentent de communiquer
- Les différences d'attitudes et de croyances résultant de la disparité des origines culturelles et sociales
- Les différences d'expériences

Ces facteurs qui constituent un véritable obstacle à une communication effective se manifestent de plusieurs manières :

- Notre attitude et nos valeurs peuvent parfois s'ériger en obstacles à la communication. Cela se ressent dans notre manière de parler, d'entendre, de comprendre. Par conséquent nous faisons des choix quand nous écoutons et quand nous parlons.

- Les personnes qui posent des questions idiotes :

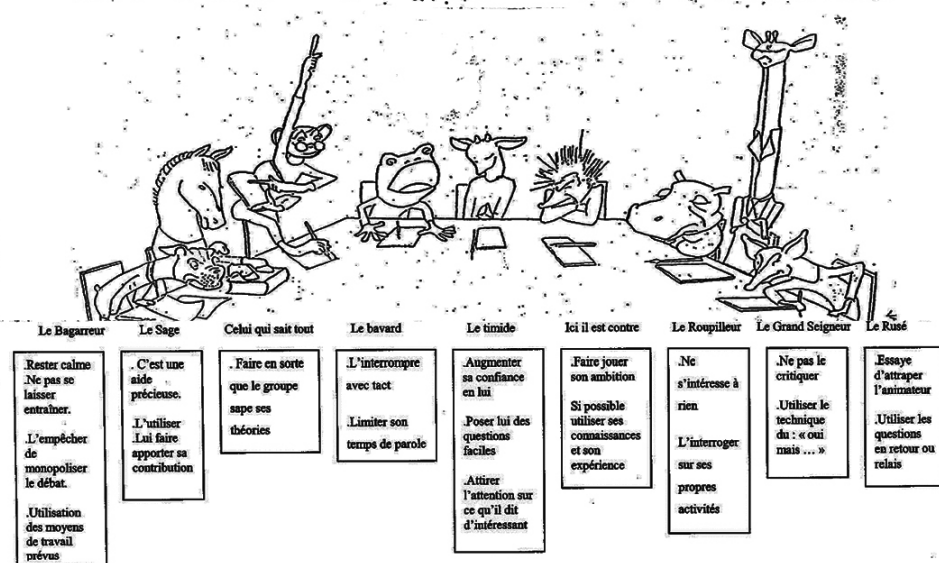
Dites « c'est intéressant, je vous remercie » et poursuivez

- Les personnes qui font des remarques agressives ; Ignorer-les, ne vous énervez pas, continuer votre présentation

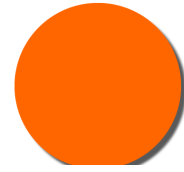
- Les personnes détentrices de cellulaires. Demandez- leur de les éteindre et de les ranger avant les cours

- Les bavards. Adressez-vous directement à eux et demandez leur poliment de se taire.

Les Membres du Groupe comme L'animateur les voit



Conclusion



La communication est un processus très important dans la socialisation de l'être humain. Elle implique un partage et c'est à ce point qu'elle est différente de l'information. Aussi communiquer exige qu'il y ait trois éléments importants à savoir l'émetteur, le processus et le récepteur. La polysémie de ce concept n'enlève en aucun cas son idée de partage, ainsi il existe plusieurs types de communication qu'un manager doit maîtriser pour gérer son groupe.