

# TYPES, ENJEUX, STRATÉGIES ET ÉTAPES DE LA COMMUNICATION

## Sommaire

1	ÉTYMOLOGIE.....	1
2	DIFFÉRENTS TYPES DE COMMUNICATION.....	1
3	ENJEUX DE LA COMMUNICATION.....	2
4	DIFFÉRENTES STRATÉGIES DE COMMUNICATION.....	2
5	APPROCHE LINGUISTIQUE DE LA COMMUNICATION.....	2
5.1	Schéma de communication selon Jakobson.....	2
5.2	Fonctions de la communication selon Jakobson.....	3
5.3	Exemples.....	3
5.3.1	Phrases à relier aux définitions de Jakobson.....	3
5.3.2	Exemples d'attitudes sur Twitter à relier aux fonctions de Jakobson.....	3
5.4	Intérêts et limites de ce schéma.....	5
5.4.1	Schéma intéressant.....	5
5.4.2	Limites de ce schéma.....	5
5.5	Actualisation de ces schémas : fonctions de la communication.....	8
6	BILAN : PRINCIPES D'UNE COMMUNICATION EFFICACE.....	9
6.1	Se connaître soi-même et être conscient de ses motivations.....	9
6.2	Connaître les référents sociaux-culturels, religieux, moraux, politiques... du destinataire.....	9
6.3	Savoir que l'objectivité n'existe pas.....	10
6.4	Percevoir les enjeux de la communication : nouer des liens, exprimer ses pensées, convaincre, s'affirmer par un discours valorisant.....	10
6.5	Identifier et prévoir les différentes altérations possibles du message.....	10
6.6	Pratiquer une écoute active.....	11

## 1 ÉTYMOLOGIE

1.1 Quelle(s) différence feriez-vous entre « communication » et « comm' » ?

1.2 Étymologiquement « communiquer » vient du latin *communicare*<sup>1</sup>. Le sens premier de ce mot latin est « mettre en commun, partager » et plus tard, en bas latin, ce mot prend le sens d'« entrer en relation avec quelqu'un ». De ce fait, quelle est la principale qualité de celui qui communique ?

## 2 DIFFÉRENTS TYPES DE COMMUNICATION

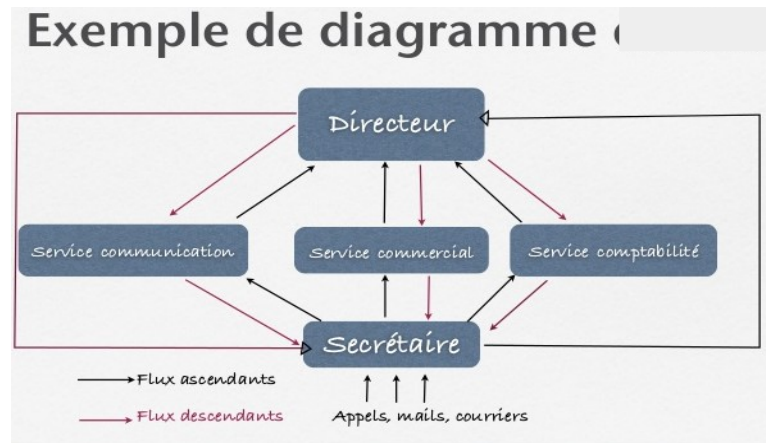
2.1 Reliez les définitions et les noms des types de communication :

A	il y a un émetteur pour une multitude de récepteurs. Les canaux utilisés sont la télévision, la presse, la radio, internet, la publicité. Les émetteurs sont les journalistes, publicitaires et hommes politiques.	1	<b>communication interpersonnelle</b>
B	échange d'informations entre deux personnes qui communiquent soit face à face (ex : entretien d'embauche), soit d'outil à outil, soit d'homme à machine.	2	<b>communication de groupe</b>
C	s'effectue avec des flux d'information verticaux et hiérarchiques ascendants ou descendants, mais aussi	3	<b>communication de masse</b>

1 Remarque : le préfixe com- signifie « avec ».

	des flux d'information horizontaux (par exemple lors des comptes rendus).		
D	échange d'information au sein d'un groupe de taille limitée (3 à 50 personnes) et à la culture commune. Cette communication doit permettre aux personnes de discuter, de se voir, se connaître, communiquer lors d'une réunion, etc.	4	<b>communication organisationnelle</b>

2.2 À quel type de communication correspond le schéma ci-dessous ? Quelle(s) flèche(s) manque-t-il ?



### 3 ENJEUX DE LA COMMUNICATION

L'enjeu représente ce que chaque acteur de la communication cherche à gagner dans la situation de communication. Il existe cinq types d'enjeux essentiels.

Définissez chacun des enjeux de la communication :

- l'enjeu **informatif** ;
- l'enjeu **identitaire** ;
- l'enjeu **d'influence** ;
- l'enjeu **relationnel** ;
- l'enjeu **normatif**.

### 4 DIFFÉRENTES STRATÉGIES DE COMMUNICATION

Les acteurs de la communication vont adopter les uns par rapport aux autres un comportement verbal et non verbal qui va leur permettre d'atteindre l'enjeu fixé : c'est la stratégie.

Définissez chacune des stratégies de communication :

- La stratégie de **coopération** ;
- La stratégie de **résistance ou d'opposition** ;
- La stratégie d'**évitement** ;
- La stratégie d'**influence**.

### 5 APPROCHE LINGUISTIQUE DE LA COMMUNICATION

#### 5.1 Schéma de communication selon Jakobson

Quels sont les six éléments nécessaires à une communication ?

#### 5.2 Fonctions de la communication selon Jakobson

Dans les années 1960, le linguiste russe Roman Jakobson qui enseignait à Havard a élaboré

une théorie linguistique de la communication verbale et non verbale qui distingue six fonctions, chacune concernant un des éléments liés à la communication. Son schéma concerne plutôt la communication écrite ou la transmission de savoirs lors de cours magistraux :

Fonctions	Élément de la communication concerné par la fonction	Définitions
<b>Fonction émotive ou expressive</b>	Destinateur (= émetteur)	Attitude du sujet à l'égard de ce dont il parle ( <i>interjections, modalisation...</i> )
<b>Fonction conative</b>	Destinataire (= récepteur)	Vise à obtenir de la personne à qui on s'adresse un comportement conforme à ce qu'on lui dit ( <i>impératif, apostrophe, vb performatifs comme « demander »...</i> )
<b>Fonction phatique</b>	Contact	Elle établit, maintient ou interrompt le contact.
<b>Fonction poétique</b>	Message	Travail sur le signifiant (= les mots), la forme du message, soit pour des raisons esthétiques ( <i>en littérature</i> ), soit pour des raisons d'efficacité ( <i>dans la publicité, lors des discours politiques...</i> ). Présence de figures de style, de slogans...
<b>Fonction métalinguistique</b>	Code	Elle donne ou demande des informations sur le code utilisé.
<b>Fonction référentielle</b>	Contexte	Elle permet de parler des objets du monde quelle que soit leur nature : perceptibles, imaginaires ou conceptuels. Cette fonction est quasi omniprésente.

## 5.3 Exemples

### 5.3.1 Phrases à relier aux définitions de Jakobson

- A1] « Bonjour »
- B1] « Il y avait 83 étudiants inscrits en première année de DUT informatique cette année. »
- C1] « Répondez à ce questionnaire. »
- D1] « Les repas du RU ne sont pas terribles... »
- E1] « Si le mot "abricot" est d'origine espagnole, il provient de l'arabe qui avait repris la racine gréco-latine. »
- F1] « Bonduelle : Quand c'est bon, c'est Bonduelle. »

### 5.3.2 Exemples d'attitudes sur Twitter à relier aux fonctions de Jakobson

- A2] Solliciter un interlocuteur.
- B2] Suivre ceux que l'on apprécie OU répondre ce que l'on pense pour participer au buzz.
- C2] Contenu du tweet.
- D2] Tweeter, retweeter instantanément de façon à être présent et vu.
- E2] La force des mots en 140 caractères<sup>2</sup>.
- F2] Au contenu du message est associé un mot-clé, *hashtag* qui le résume.

2 « Printemps arabe / Une robe d'été croise / Deux Burqas noires », André Cayrela (2013)  
Problème : au quotidien, plus de 100 millions de personnes publient en moyenne 500 millions de tweets (en septembre 2013), autant dire qu'il y a beaucoup de tweets où le sens de la formule fait cruellement défaut...

## 5.4 Intérêts et limites de ce schéma

### 5.4.1 Schéma intéressant

5.4.1.1 À cause de quelle fonction beaucoup d'étudiants (mais aussi d'intervenants professionnels) commencent-ils leur exposé par quelque chose comme « euh, donc » et/ou finissent-ils par « voilà » ?

5.4.1.2 Quelle fonction est indispensable pour convaincre ses interlocuteurs – surtout quand ils sont réticents, ainsi lorsqu'il s'agit de faire changer des habitudes de travail, par exemple avec l'organisation des informations et des dossiers déposés par chacun sur le site intranet d'une entreprise ? Pourquoi ?

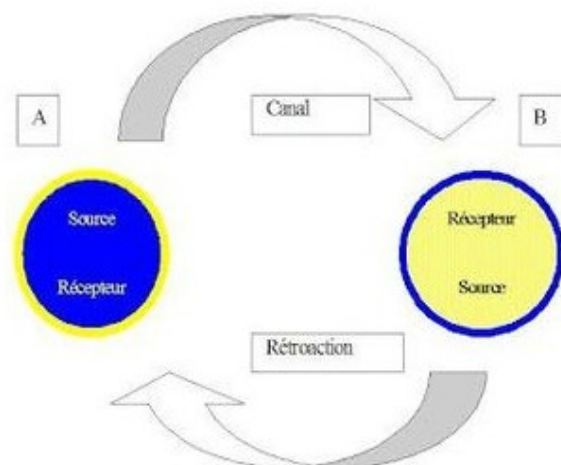
5.4.1.3 Quelle fonction est-elle fort utile quand on crée une marche à suivre, par exemple destinée à modifier le comportement des salariés quand ils rencontrent un problème informatique ?

5.4.1.4 Quelle fonction est-elle indispensable quand un informaticien s'adresse à un client qui n'y connaît rien en informatique ?

5.4.1.5 Si l'on retravaille son texte d'intervention orale pour éviter d'employer de longues phrases, à quelle fonction fait-on appel ?

### 5.4.2 Limites de ce schéma

5.4.2.1 Ce schéma fait l'impasse sur la notion de **feedback**<sup>3</sup> – rétroaction de l'information du récepteur vers l'émetteur qui permet à ce dernier de vérifier que le message a bien été reçu.



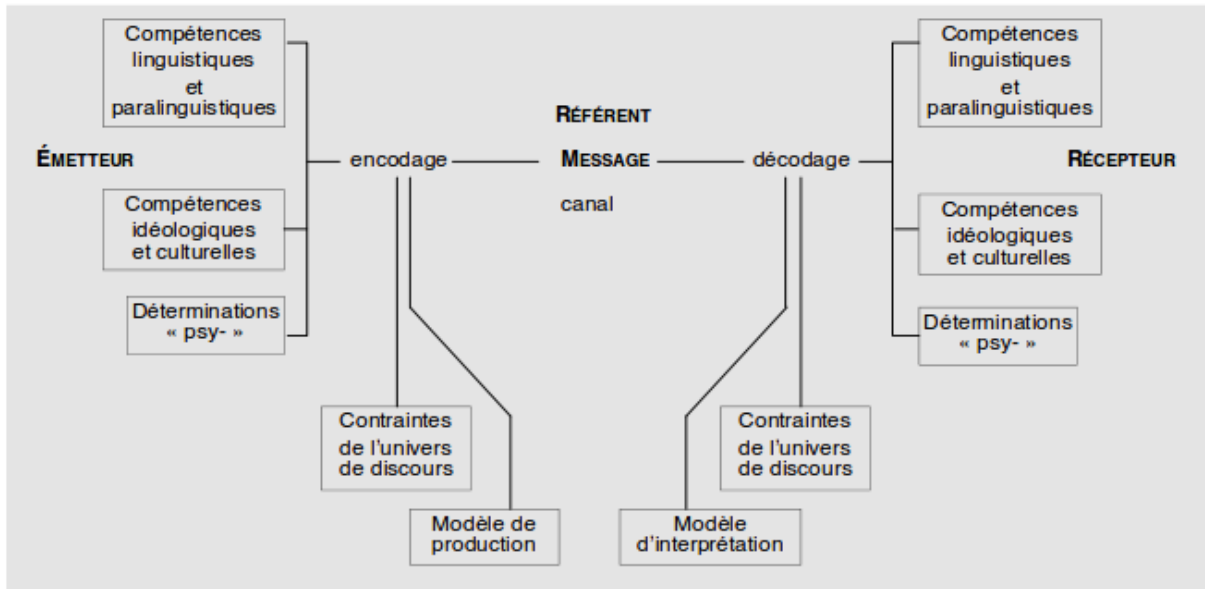
*feedback, schéma d'après Wiener*

Le schéma de Jakobson ne rend donc évidemment pas compte d'une communication interpersonnelle, d'un face à face. De fait, il convient mieux à décrire la communication écrite ou un cours magistral.

5.4.2.2 En outre, le schéma de Jakobson est forcément **très simplificateur** et peut donc induire en erreur car en réalité **chaque terme recouvre une grande complexité** comme le prouve le schéma de Catherine Kerbat-Orecchioni<sup>4</sup> ci-dessous :

3 Cette notion provient des études du mathématicien Norbert Wiener en cybernétique (science qui se donne pour objet l'étude des systèmes vivants et non vivants tels qu'une société, une économie, une machine, une entreprise, un individu, un organisme...).

4 Catherine Kerbat-Orecchioni, linguiste française : *L'énonciation : De la subjectivité dans le langage*, 1980 (4<sup>e</sup> édition : Armand Colin, 2009)



Quels problèmes de communication ce schéma de Catherine Kerbat-Orecchioni met-il en évidence ?

### 5.5 Actualisation de ces schémas : fonctions de la communication

Même si plusieurs fonctions de la communication peuvent coexister, une **fonction prime** qui provient de l'intention de départ de celui qui s'exprime.

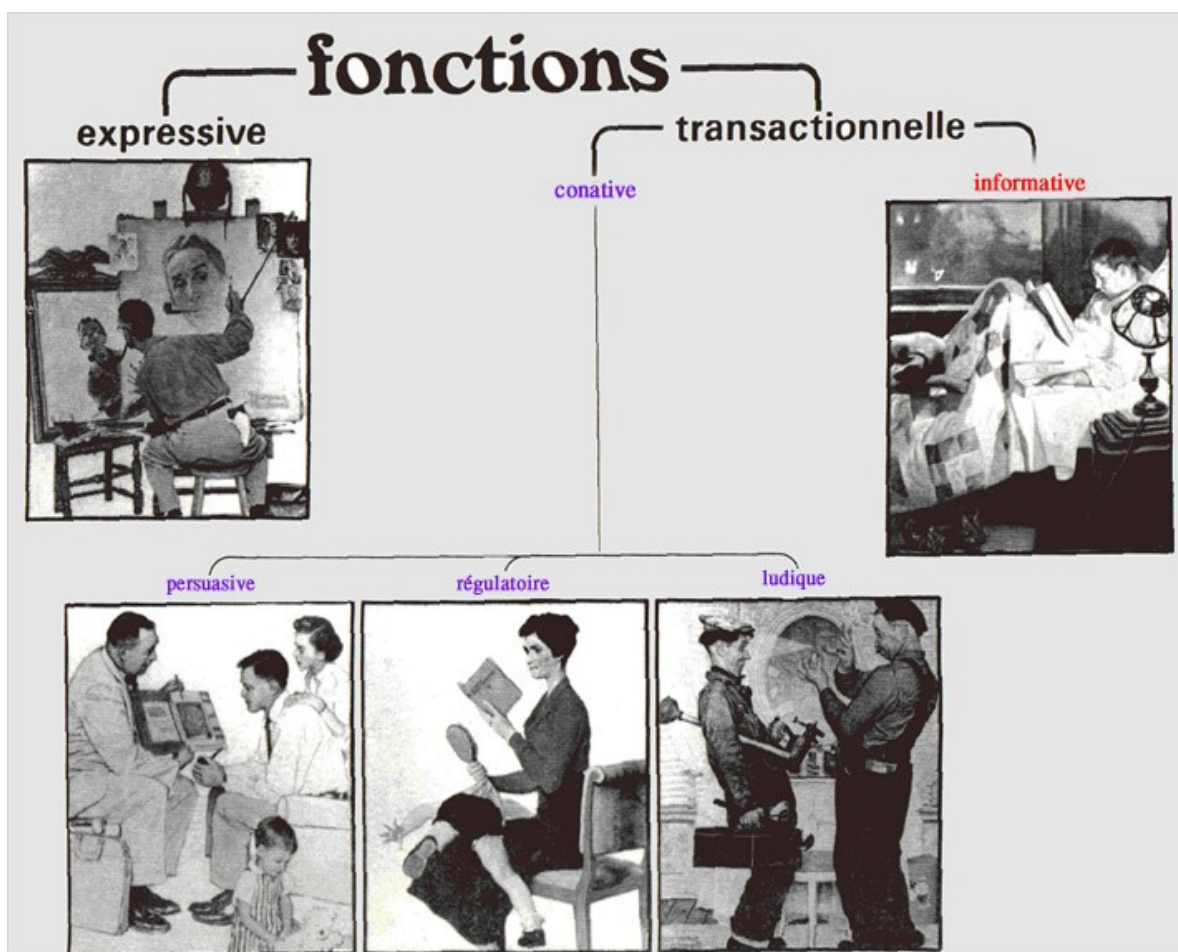


Schéma de Stéphanie Dansereau et illustrations empruntées à l'artiste américain des années cinquante Norman Rockwell.

6.5.1 D'après le schéma ci-dessus, dites sur qui est centré l'émetteur quand il emploie une fonction expressive et sur qui il est centré quand il emploie une fonction transactionnelle.

6.5.2 D'après le schéma ci-dessus, expliquez ce que désire faire l'émetteur quand il utilise la fonction informative et ce qu'il désire quand il utilise la fonction conative.

6.5.3 D'après le schéma ci-dessus, expliquez quels peuvent être les trois buts de la fonction conative.

## 6 BILAN : PRINCIPES D'UNE COMMUNICATION EFFICACE

### 6.1 Se connaître soi-même et être conscient de ses motivations

C'est ce que disait déjà Socrate au V<sup>ème</sup> siècle avant J.C. : « connais-toi toi-même ». En effet, une communication efficace est une **communication qui répond à ses objectifs** : informer un salarié, fidéliser un client, etc. Si l'on simplifie, une bonne communication doit tenir compte de trois points ; lesquels ?

### 6.2 Connaître les référents sociaux-culturels, religieux, moraux, politiques... du destinataire

En quoi est-ce important de connaître ces différents référents ? Pour vous aider à répondre vous pouvez

- voir le court documentaire *Lettre de Sibérie* de Chris Marker (1957 ; <https://www.youtube.com/watch?v=rIu0XgIXfzw>) qui met en avant l'interprétation politique des informations et la manipulation des images – ces dernières, comme les faits, sont toujours interprétables de différentes manières ;
- comparer les articles économiques et politiques des journaux *Libération*, *Le Figaro*, etc. Ainsi concernant le procès de Claude Guéant, ancien ministre de l'Intérieur de 2011 à 2012 sous la présidence Sarkozy, accusé d'avoir reçu environ 25 000 euros, provenant selon lui de « primes de cabinet », « non déclarées » : titre du *Figaro* : « Claude Guéant jugé pour ses primes en liquide place Beauvau », titre de *Libération* : « Procès de Claude Guéant : monsieur s'est servi ».

### 6.3 Savoir que l'objectivité n'existe pas

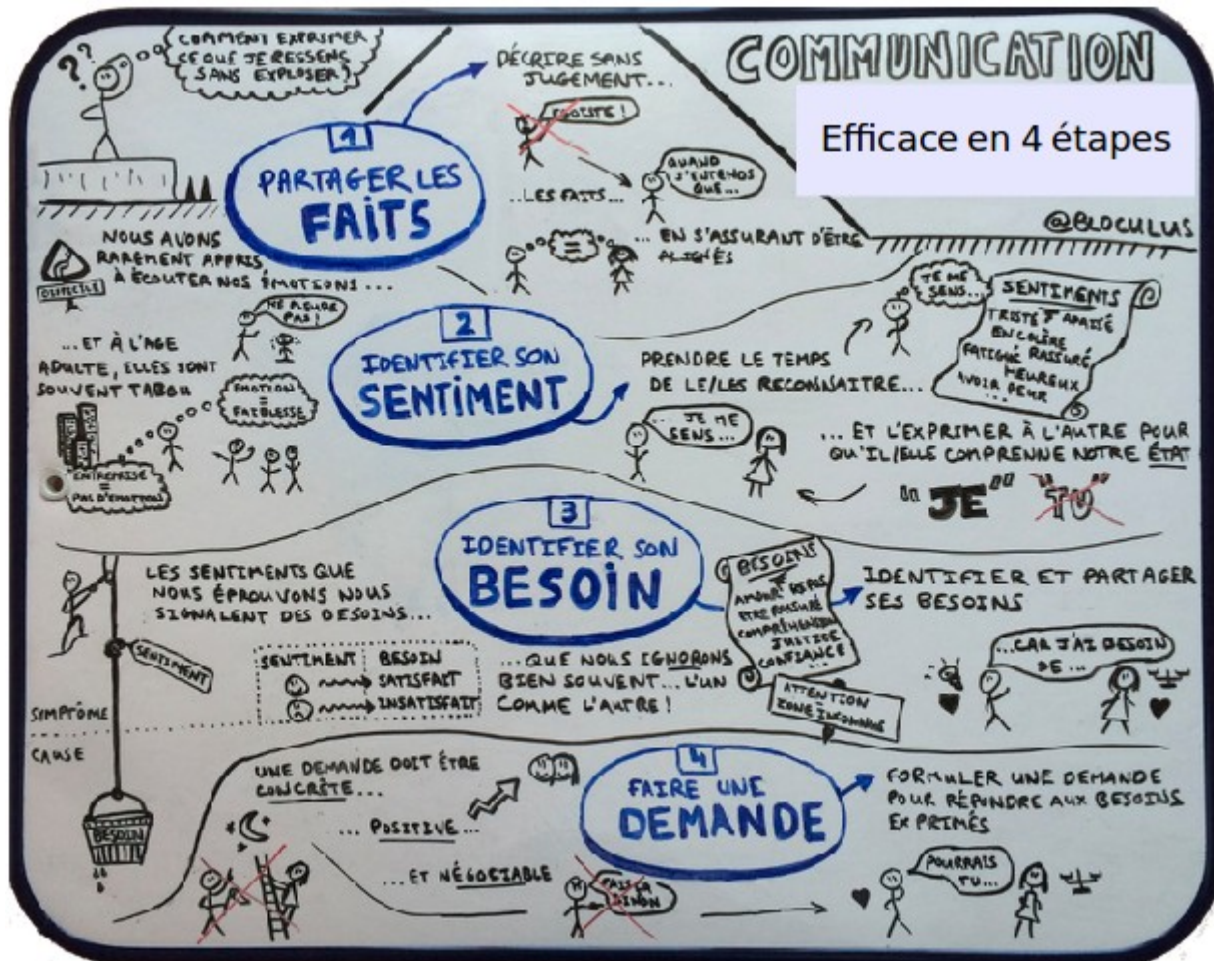
À votre avis, pourquoi l'objectivité ne peut-elle pas exister ?

### 6.4 Percevoir les enjeux de la communication : nouer des liens, exprimer ses pensées, convaincre, s'affirmer par un discours valorisant...

Plusieurs enjeux peuvent se jouer en même temps. Quels sont ceux d'un entretien d'embauche ?

Pourquoi est-il très important que les deux partenaires sachent, avant tout, **distinguer les types d'informations : faits, opinions, sentiments** ? Pour vous aider, aidez-vous du schéma de la page suivante





## 6.5 Identifier et prévoir les différentes altérations possibles du message

6.5.1 À votre avis combien de pourcents d'un message délivré en une heure sont-ils retenus en moyenne ?

6.5.2 Pour quelles raisons n'est-ce pas cent pour cent ?

## 6.6 Pratiquer une écoute active

6.6.1 Quelle(s) différence(s) feriez-vous entre « écouter » et « entendre » ?

6.6.2 Comment faire pour pratiquer une écoute active et efficace ?

6.6.3 À quoi faut-il faire attention quand on écoute quelqu'un (citez au moins quatre éléments) ?