



Module: Communication 1

Plan -1ère partie

- **Les bases de la communication humaine**
- **1- introduction à la communication humaine**
- - **Définition de la communication**
- - **Les composantes de la communication**
- - **Les facteurs de réussite ou de l'échec de la communication**
- - **Les fonctions et les moyens d'expression**
- **2 – Le soi dans la communication**
- **3 – la perception et l'écoute**
- **4 – les messages verbaux**
- **5 – les messages non verbaux**

Plan-2éme partie

- **les contextes de la communication interpersonnelle**
- **1 – la communication interpersonnelle**
- **2 – les relations interpersonnelles**
- **3 – les entrevues**
- **4 – les petits groupes**
- **5- les membres et leaders dans la communication de groupe**
- **6 -La communication publique**
- **7 –l’information et la persuasion**

- **Nous visons dans cette partie atteindre les objectifs suivants :**
1. - **expliquer la nature et le fonctionnement de la communication humaine .**
 2. - **étudier l'aspect central de la communication humaine – l'individu en terme de conscience de soi, d'estime de soi , et d'ouverture de soi pour comprendre le lien entre ces facteurs et l'efficacité en matière de communication.**
 3. - **traiter la perception et l'écoute afin de mieux déterminer la façon d'augmenter la précision de nos jugements sur autrui et l'efficacité de notre écoute**
 4. - **se pencher sur le mode de fonctionnement des messages verbaux et non verbaux puis sur la manière d'en faire un meilleur usage –en tant qu'émetteur et destinataire .**

Quelques questions

- *Quel est le rôle des techniques de communication dans la vie personnelle, sociale et professionnelle?*
- *Est-il vraiment possible d'apprendre des méthodes plus efficaces de communication à l'intérieur d'un seul cours?*
- **Comment relever l'estime de soi et quelles seront les conséquences sur les communications quotidiennes?**
- **Dois-je montrer tel que je suis et dire ce que je pense vraiment?**
- **Si oui ,à qui?**
- *Comment me juge-t-on ?*
- *Quels sont mes jugements sur autrui?*
- *Puis-je augmenter la précision des mes jugement?*
- *Quelle est l'importance de l'écoute ?*
- *Vaut-il vraiment la peine d'essayer de changer mes habitudes en matière d'écoute ?*

- *Comment éviter les principaux obstacles à la communication efficace ?*
- *Puis-je parler avec plus d'efficacité?*
- **Puis-je accroître l'efficacité de mes messages non verbaux?**
- **Comment faire une lecture plus précise des messages non verbaux d'autrui?**
- *Comment porter des jugements plus précis?*
- *Comment écouter de manière plus critique des messages verbaux et non verbaux*

- ***Notions fondamentales
de la communication***

Sous module 2: notions fondamentales

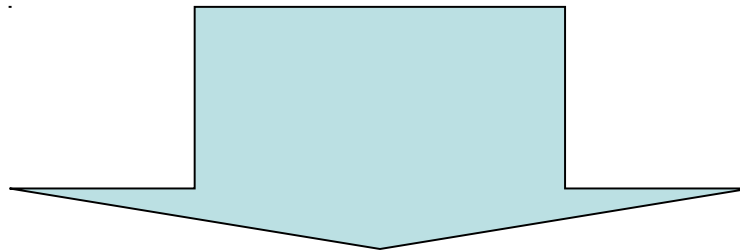
- **Objectifs**
- A la fin de ce sous module ,vous devrez être en mesure :
- de définir la communication
- d'énumérer et de définir les composantes de la communication ;
- de les reconnaître dans des situations variées de communication ;
- d'expliquer leurs interactions ;
- d'énumérer les principaux facteurs d'échec et de réussite de la communication;
- d'analyser les causes d'échec ou de réussite de diverses situations de communication .

Introduction à l'univers de la communication

- **Définition du terme/concept**
«*Communication* »
- **Communication;le mot est magique ;il est à la mode,personne ne peut l'ignorer .Beaucoup de personnes rêvent d'être dans la communication .**
- **Symbole d'un univers de la modernité de l'intérêt ,et de la chaleur**

Qu'est-ce que la communication?

- **Définitions des dictionnaires :**



Communication

- Le fait d'établir une relation avec(qqn,qqch.).(...) .
- Toute relation dynamique qui intervient dans un fonctionnement.

Communiquer

- Faire connaître (qqch. à qqn).(…)faire partager.(…)rendre commun à;transmettre (qqch.). (Le Robert)

- « **Communication**: Action d'être en rapport avec autrui , en général par le langage: échange verbal entre un locuteur et un interlocuteur dont il sollicite une réponse.(...) Action de mettre en relation , en liaison , en contact , des choses . »

- **Communiquer** : Faire passer qqch. , le transmettre à qqch. d'autre .Faire partager avec qqn un sentiment, un état(...).(...)Entrer en contact avec qqn, lui faire part de sa pensée, de ses sentiments , par la parole ,l'écriture ,le geste, la mimique,dans le but de se faire comprendre .
- Le processus par lequel une source d'informations **A** tend à agir sur un récepteur d'informations **B** de manière à provoquer chez celui-ci l'apparition d'actes ou de sentiments permettant une régulation des activités de **B** ou de groupe auquel appartiennent **A** et **B**

- **Etymologiquement** ,le mot vient du latin ***communicare*** , « mettre ou avoir en commun »,mot formé de ***cum*** (« ensemble , avec »)et ***munis*** ou ***munia***(charge ,fonction »)

Questions de travail

- Ces définitions ne se recoupent pas entièrement : qu'ont-elles de commun ?
- A partir de ces éléments communs, ébaucher une définition qui fasse la synthèse de ces différentes propositions, c'est-à-dire qui se réduise à un nombre minimal d'éléments indispensables, et qui soit la plus générale possible .

1-les composantes de la communication

Toute situation de communication comporte un:

a- émetteur

b- récepteur

c- code

d- message

e- canal et le contact

f- référent

Quelle que soit la situation de communication on y retrouve toujours les mêmes composantes

A - L'émetteur

- **Est celui ou celle dont l'intention de communication est à l'origine du message**
- **C'est celui ou celle qui dit quelque chose (ça peut être un individu , groupe ou une entreprise...)**
- **Pour être émetteur il faut avoir **l'intention de communiquer****

B - Le récepteur

- **C'est la personne ou le groupe qui reçoit le message, à qui le message est destiné, bien qu'il arrive qu'on lise ou on entende des messages émis à l'intention de quelqu'un d'autre (ex :le spectateur ,le lecteur ,l'auditeur sont des récepteurs...)**
- **dans la conversation l'émetteur et le récepteur s'échangent les rôles .**

La rétroaction (feedback)

- **C'est le processus par lequel le récepteur réagit au message**
- **Elle permet à l'émetteur de savoir comment son message a été reçu, et au besoin de rajuster .**
- **Cette interaction accroît l'efficacité de la communication**

C-Le code

- **C'est un système constitué de signes et des règles de combinaison de ces signes ;**
- **Il est destiné à représenter et à transmettre de l'information .**
- **Le signe possède deux caractéristiques :**
 - 1-il a une forme physique perceptible(on peut le voir, l'entendre ,etc.)**
 - 2-il réfère à quelque chose d'autre que lui-même;****Il a un sens reconnu par ses utilisateurs**

D- Le message

- **Le message est une information dont le sens provient d'un judicieux assemblage d'éléments empruntés à un ou plusieurs codes .le message constitue l'objet de la communication**
- **Le message peut prendre plusieurs formes de discours;mais généralement les formes de discours les plus privilégiées sont les formes orales et écrites**

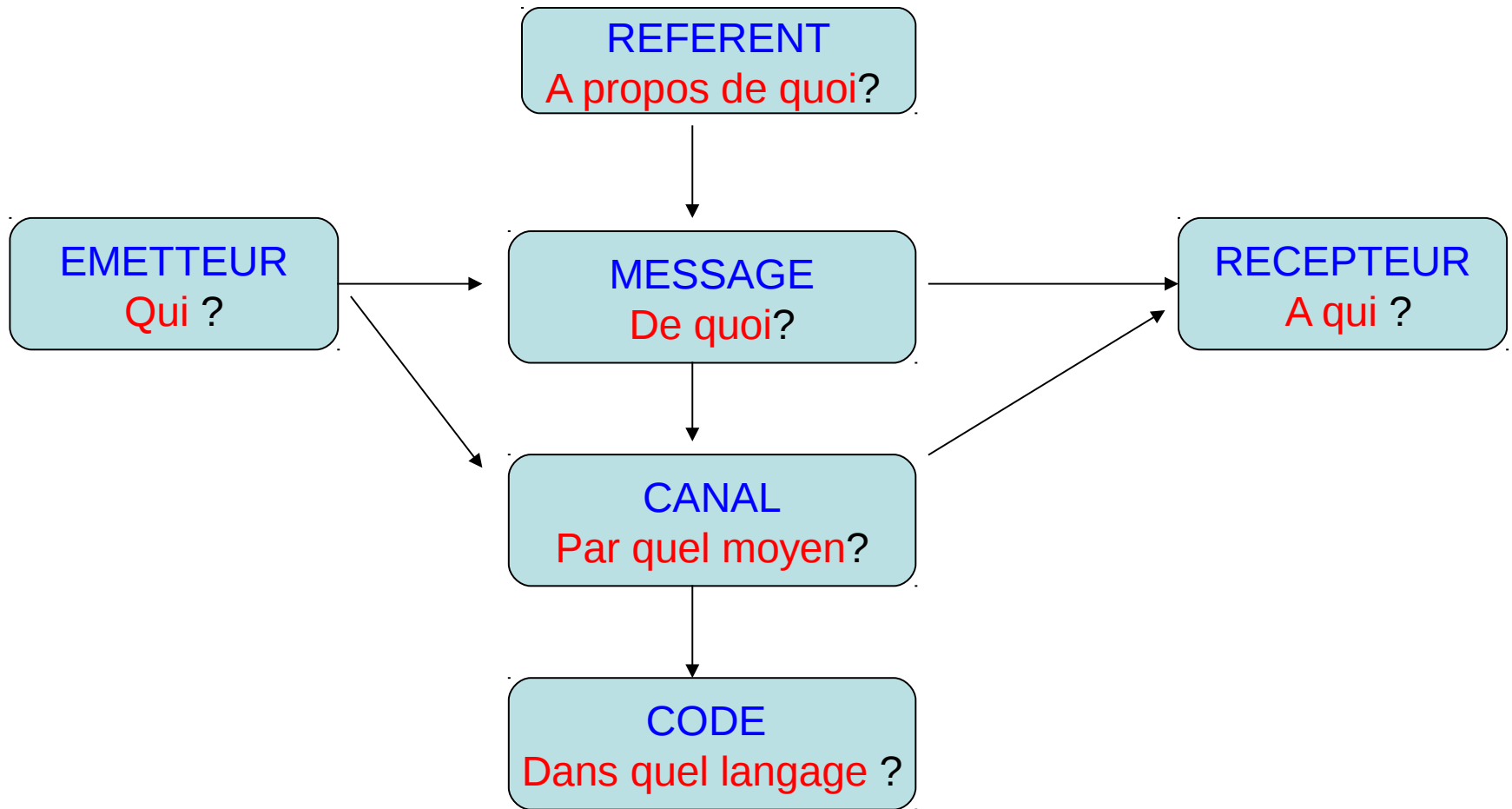
E -Le canal/Le contact

- Le canal désigne un support matériel permettant la transmission du message . On l'appelle **le canal physique**
- Ex:l'air dans lequel se déplacent les ondes sonores constitue le canal par lequel ont lieu la plupart des contacts verbaux quand les interlocuteurs sont en présence l'un de l'autre .
- Il existe en outre **un canal psychologique ou contact** par lequel s'établit la relation psychologique entre l'émetteur et le récepteur .

Si le contact n'est pas établi , le message rate sa destination

F- Le référent

- **Le référent est la personne ou l'objet désigné par le message ,ce à quoi le message renvoie**



Les composantes d'une situation de communication pourraient être définies ainsi: Qui ?dit quoi? À qui? Par quel moyen ?dans quel langage ? À propos de quoi?

Les facteurs de réussite ou d'échec de la communication

- **La réussite et l'échec de la communication dépendent d'une multitude d'éléments qui ont été abondamment étudiés par la psychologie.**
- **Nous allons traiter la communication efficace – l'utilisation optimale du code linguistique**

A - Les facteurs liés à l'émetteur

- La personnalité de l'émetteur et son interaction avec la récepteur ont un effet sur le résultat de la communication

1- Le cadre de référence

- Le cadre de référence est constitué par l'ensemble des idées ,des opinions ,des croyances , des valeurs , des connaissances que possède un individu et qui donnent un sens au message ou le colorent.Il sert de toile de fond à tout ce que l'émetteur dit et conditionne ses attitudes à l'égard des autres .

- Une différence de cadre de référence peut causer des distorsions et empêcher de communiquer pleinement. Ainsi , certains interlocuteurs ont l'impression de ne pas parler le même langage alors qu'ils conversent dans la même langue .ex: l'écologiste et les industriels ne parlent pas toujours le même langage ils leur arrive d'entretenir un dialogue de sourds.Ils ont tendance ,à rejeter les informations qui s'opposent à leurs valeurs.

Remarque

- Si l'émetteur sait à l'avance que le récepteur a un cadre de référence différent du sien , il prend soin d'ajuster son discours pour ne pas le blesser, le mettre mal à l'aise ou l'amener à se braquer contre lui. Pour cela, l'émetteur essaie de se mettre à la place de l'autre et mise sur leurs vues communes .
- Le même procédé sert aussi dans la préparation d'un débat : pour contrer efficacement les arguments de l'adversaire, il faut s'être exercé à les défendre soi-même on jouant le rôle de l'opposant

2- l'attitude envers soi-même, autrui et le message

- une **attitude** est une prédisposition à réagir de façon donnée face à une réalité.
- La personne qui jouit d'une bonne estime de soi s'affirme plus facilement que celle qui manque de confiance en elle-même .
- La première réussit à faire passer son message; la deuxième, plus timide et plus perméable aux influences extérieures, n'atteint pas toujours son objectif.

- **L'attitude que l'émetteur a envers autrui joue sur la qualité de ses rapports avec le récepteur .**
- **Si un émetteur manifeste une attitude négative, il rend la communication plus difficile .**
- **Si une personne fait preuve de condescendance ou d'arrogance à l'égard d'un individu ou d'un auditoire ,celui –ci se repliera sur lui-même et se fermera au message .**

A l'inverse

- Plus les rapports sont sains , francs et solides ,plus la communication a des chances de réussir .
- C'est le cas si les interlocuteurs se font mutuellement confiance +s'ils sont ouverts à l'autre +s'ils donnent l'impression d'être heureux de se trouver en présence l'un de l'autre .

Remarque

- **L'attitude que l'émetteur a envers le sujet de la communication influe sur sa motivation .Elle se manifeste par des émotions ,elle teinte le message d'une subjectivité dont l'effet peut varier ;par ex,l'enthousiasme aide à convaincre , le doute suscite des interrogations sur la vérité du contenu du message**

3 – Le mode de perception privilégié

- Le mode de perception influe sur la façon dont on acquiert et organise les connaissances et , par conséquent, sur la manière de s'exprimer /un émetteur **visuel** a **plus tendance à faire des schémas** quand il explique ,alors qu'un **auditif se contente de la parole** ;et les deux sont certains d'être compris . Sachant que ses récepteurs sont susceptibles de privilégier un style de perception différent du sien .**Un émetteur utilise des moyens variés pour se faire comprendre de tous .**

4- la conception du rôle d'émetteur

- **Le rôle d'émetteur varie selon les situations de communication et il faut en être conscient .Le professeur n'est pas émetteur de la même façon que l'animateur d'un groupe de travail .Chacun de ces rôles conditionne les contraintes , les rapports avec autrui et,de ce fait , les types de messages à livrer et les codes à utiliser :on ne tient pas les mêmes propos et on utilise pas le même langage dans toutes les circonstances .Ainsi , être émetteur dans la rédaction d'un résumé suppose une démarche différente de celle qu'on adopte pour faire un rôle de celui qui reformule la pensée de l'autre ;il se contente de faire humblement la contraction d'un texte sans y ajouter son opinion.**

5 –La détermination de l'intention

- **Avant de mettre en branle tout le processus de communication ,il faut déterminer une intention .Il est en effet difficile de livrer un message clair quand on ne sait pas ce qu'on veut dire . Par contre , si le but est bien défini , l'émetteur choisira le code ,le canal et le message les plus pertinents. Par exemple , à l'occasion d'un débat, si on désire réfuter l'opinion de quelqu'un , il faut trouver les arguments et les ordonner de façon convaincante, choisir le ton ,les regards et les gestes appropriés.Comme l'objectif, dans ce cas,est de contredire l'opposant et non pas de le détruire moralement, il faut doser les moyens pour que la personne elle-même ne se sente pas rejetée en même temps que ses idées .**

B - Les facteurs liés au récepteur

- **La communication étant un acte de partage , le récepteur n'y est pas passif. Les facteurs énumérés précédemment à propos de l'émetteur s'appliquent aussi au récepteur. On a vu que la communication est facilitée quand les interlocuteurs ont le même cadre de référence et le même style de perception . Quand aux attitudes , au rôle et à l'intention du récepteur , ils doivent compléter ceux de l'émetteur .**

1 –les connaissances et les habiletés

- **Ses connaissances ainsi que ses habiletés intellectuelles et psychologiques facilitent la tâche au récepteur .Une bonne culture générale et des aptitudes en lecture ,par ex ,permettent de lire sans effort et d'apprécier une grande variété de textes .**
- **A l'inverse , un lecteur malhabile et inculte qui déchiffre à peine les grands titres est incapable de lire et de comprendre le téléjournal ou de réagir correctement aux recommandations d'un rapport d'enquête .**

2-1'utilisation du message

- L'usage que le récepteur prévoit faire du message reçu conditionne sa motivation. Par ex, l'étudiant qui veut apprendre un métier est très motivé, il s'implique et tire le maximum de ses cours . A l'inverse , un récepteur qui ne voit pas d'utilité au message qu'on lui communique décroche plus facilement.

3 – la rétroaction

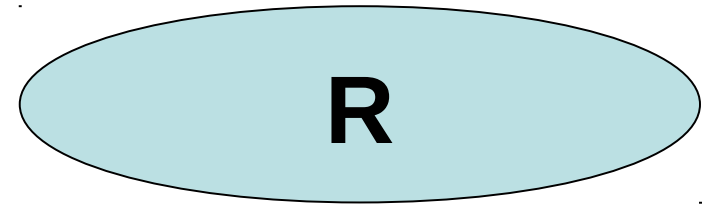
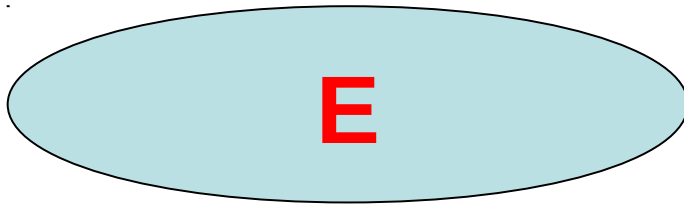
- Elle permet à l'émetteur de vérifier si le récepteur réagit comme prévu au message .
- Elle est plus directe et immédiate en communication orale quand les interlocuteurs sont en présence l'un de l'autre .
- Le récepteur actif produit une rétroaction explicite.(En cas d'un malentendu ,l'émetteur pourra compléter ou clarifier son message
- Le récepteur passif fournit lui aussi parfois à son insu, une forme de rétroaction .Par ex,un député qui somnole pendant un discours à l'assemblée donne un feed-back implicite
- A l'écrit la réaction est plus problématique .le message peut essuyer un refus sans que l'émetteur puisse s'ajuster .Donc l'émetteur doit imaginer les réactions au risque de se tromper

Les facteurs Liés au code

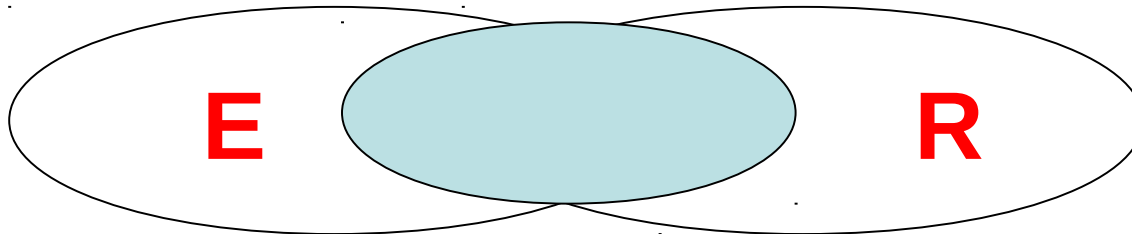
1. La communauté du code

Pour minimiser les risques de malentendus

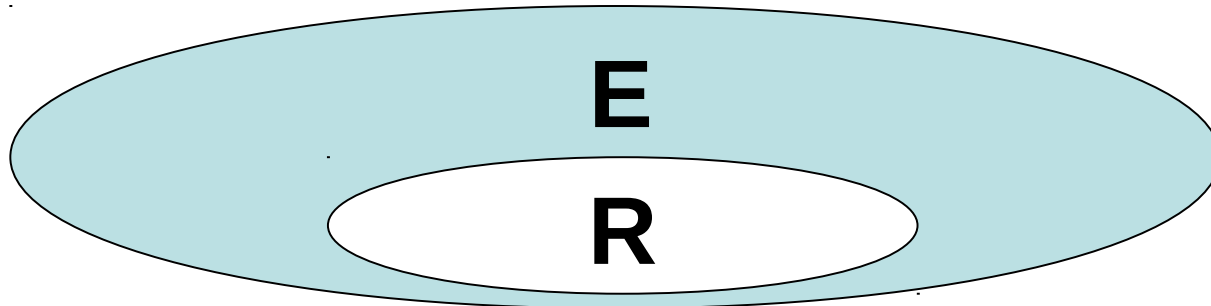
- Le code doit être commun aux interlocuteurs pour que le récepteur comprenne le message dans le sens voulu par l'émetteur
- Il faut que les interlocuteurs utilisent le même code ,il faut également qu'ils partagent la même variété de ce code



Le code de l'émetteur est différent de celui du récepteur
La communication est impossible



L'émetteur et le récepteur ont un code partiellement
Commun .**La communication est restreinte**



Le code de l'émetteur englobe celui du récepteur .**La communication est possible ,
Mais à condition que l'émetteur soit soucieux des limites du récepteur**

• 2 – le choix du code

- **Le choix du code doit se faire en fonction du message à transmettre et des circonstances qui ont cours au moment de son émission .**
- **Il y a plusieurs code et chacun possède des variétés et il faut choisir celle qui est pertinente dans la situation donnée .**
- **Si la langue convient la plus souvent,il arrive qu'on s'exprime mieux en faisant un dessin ou une grimace**

- 3 la maîtrise du code
- La maîtrise du code choisi est essentielle autant à l'encodage qu'au décodage .Il faut que l'émetteur connaisse bien qu'il choisi pour arriver à formuler un message clair , si non il rend la communication difficile et désagréable ;parfois il devient incompréhensible . De même , le récepteur doit bien connaître le code pour éviter de donner aux reçus une signification qu'ils n'ont pas .

D - Les facteurs liés au message

- L'efficacité du message résulte de l'adéquation entre son contenu et les autres composantes de la situation de communication

1 – le degré de difficulté

- Ce qui est facile pour l'émetteur est parfois difficile pour le récepteur , la nécessité de donner du « feed-back » à son interlocuteur pour que celui-ci simplifie son message .De là aussi,pour l'émetteur , la nécessité de s'ajuster au cadre de référence et au code du récepteur pour que celui-ci puisse se concentrer sur le message proprement dit. Cela est possible dans la mesure ou l'émetteur sait à l'avance à qui il .s'adresse

2 – la signification

- La signification d'un message n'est pas toujours évidente même si on maîtrise bien le code utilisé . Certains message sont polysémique , équivoque,=peuvent être interprétés de plusieurs façons .souvent , l'emploi de mots imprécis fait que le récepteur ne peut pas décoder le message .Par ex, dans un message qui informe ou donne des directives **la polysémie amène à la confusion** .
- Un message utilitaire ne doit pas laisser place à des interprétations, il doit être monosémique
-

3 – *la pertinence*

- Un message doit convenir dans les circonstances ou il est émis.
- Il doit s'adapter aux interlocuteurs, au moment et au lieu .
- On ne dit pas et on n'écrit pas n'importe quoi à n'importe qui et n'importe quand .

Les facteurs Liés au canal et au contact

- La communication suppose une relation et la qualité de cette relation dépend , entre autres, de l'usage du canal.
- **1 - l'établissement et le maintien du canal**
- L'établissement et le maintien du contact sont préalables à l'émission de tout message . Si le contact n'est pas crée, on parle dans le vide .

• 2 - le choix du canal

- Comme la choix du code , celui du canal varie en fonction du message et des circonstances. Si , dans nos sociétés technologiques , le téléphone a remplacé la correspondance écrite dans les communications interpersonnelles , on constate toutefois que la plupart des communications entre individus se font encore sans l'intermédiaire d'un appareil .
- Les canaux les plus communs sont l'air et la papier

3 – les bruits

- **Les bruits sont des perturbations du canal qui viennent embrouiller la communication.**
- **Le bruit désigne aussi toutes sortes de perturbations qui empêchent un message de passer efficacement .**
- **Pour contre l'effet de ces bruits , on ajoute souvent de la redondance. Celle-ci n'élimine pas les bruits mais elle en atténue les effets**

F –les facteurs liés au référent

- Comme le référent est l'être ,l'objet ou l'idée dont parle le message , le récepteur doit pouvoir l'identifier facilement .

- **1 – la connaissance du référent textuel**
- La connaissance du référent textuel est essentielle à la compréhension de productions d'une certaine longueur .
- On ne peut pas saisir le sens d'une phrase si on ignore le référent des mots et des phrases qui précèdent et qui suivent

2 - la connaissance du référent extratextuel

- La connaissance du référent extratextuel permet d'éviter les fausses interprétations, particulièrement quand il s'agit de messages empruntés à des domaines spécialisés , à des cultures étrangères ou à des époques passées. Sans cette connaissance , comment saisir le message ?

3 – la clarté du référent

- Un référent précis , univoque pour l'émetteur et le récepteur , facilite la communication et , inversement , un référent ambigu cause bien des malentendus.
- Cette ambiguïté trouve souvent sa source dans des différences de cadre de référence

Les facteurs de réussite ou d'échec de la communication

composantes	Communication efficace	communication difficile	Comment améliorer la communication
Emetteur	Même cadre de référence que le récepteur	Cadre de référence différent	Se mettre dans la peau du récepteur
	Même code de perception que le récepteur	Mode de perception différent	Se mettre dans la peau du récepteur Utiliser plus d'un code
	Rôle clair et bien joué	Rôle ambigu	Lever l'ambiguïté
	But complémentaire de celui du récepteur	But différent	Essayer de comprendre l'autre Faire des compromis

Récepteur	Connaissances et habiletés intellectuelles appropriées	Connaissances et habiletés insuffisantes	Demander d'autres informations Aller chercher l'information manquante
	Motivé	indifférent	S'intéresser, réagir
	Rétroaction abondante	Rétroaction absente	S'intéresser , réagir

Code	Commun à l'émetteur et au récepteur	Différent pour l'émetteur et le récepteur	Traduire Changer de code
	Approprié , bien choisi	Mal choisi	Changer de code
	Maîtrisé par les interlocuteurs	Non maîtrisé par les interlocuteurs	Définir les termes Simplifier le message Augmenter la rétroaction

Message	Compréhensible	Trop difficile	Réduire la densité et ajouter des exemples
	Clair , univoque (se dit des noms qui s'appliquent dans le même sens à plusieurs choses)	Polysémique, Équivoque (qui peut s'interpréter en différent sens)	Dissiper (faire disparaître) l'équivoque
	Adapté aux circonstances	Non adapté aux circonstances	Etre attentif aux réaction

Canal et contact	Contact établi	Absence de contact	Établir le contact
	Clair , univoque	Mauvais choix du canal	Changer de canal
	Absence de bruits	Présence de bruits	Éliminer les bruits Ajouter de la redondance

Référent	Référent textuel connu	Référent textuel inconnu	S'informer sur le référent verbal
	Référent extratextuel connu	Référent textuel inconnu	S'informer sur le référent extratextuel
	Clair pour le récepteur et pour l'émetteur	ambigu	S'entendre sur le sens des termes

synthèse

- 1 - La communication est l'acte ,par une ou plusieurs personne ,d'émettre et de recevoir des messages qui sont déformés par les parasites ,surviennent dans un contexte , ont des effets (et une dimension morale)et offrent une possibilité de rétroaction

- 2- les universaux de la communication – les éléments présents dans tout acte de communication – sont:le contexte (physique ,culturel, sociopsychologique et temporel), l'émetteur - destinataire , le message , le canal de communication, les parasites (physiques,psychologiques et sémantiques), les processus d'émission ou encodage , les processus de réception ou décodage , la rétroaction et la préparation du terrain, l'effet et la morale

- 3 – la compétence de communication est l'art de communiquer efficacement

- 4 –les messages de communication peuvent être de formes variées et peuvent être émis ou reçus par n'importe quelle combinaison d'organes sensoriels . Le canal de communication est le médium utilisé pour envoyer les messages

- 5- la rétroaction désigne les messages ou l'information retournés à l'émetteur .Elle peut provenir de l'émetteur ou du destinataire .La préparation du terrain désigne les messages préfaçant d'autre messages

- Les parasites sont tout ce qui déforme le message ; ils sont plus ou moins présents dans toute communication

- 7- la communication produit toujours un effet . Les effets peuvent être plus ou moins présents dans toute communication

- 8 – l'éthique de la communication concerne la moralité ou l'immoralité d'un message et fait partie intégrante de toute tentative de communication

- 9 –D'ordinaire , la communication est un ensemble de signaux , chacun renforçant l'autre . Quand ces signaux s'opposent , on est en présence de messages contradictoires

- 10- le processus d'ajustement est au coeur de la communication mais n'est possible qu'en autant que les individus utilisent le même système de signaux .

- 11 – la communication comporte aussi bien des éléments de contenu que des éléments relationnels

- 13 – les séquences de communication sont ponctuées à des fins d'interprétation . Les individus ont bien des manières de diviser la séquence de communication en stimuli et réponses

- La communication est inévitable dans toute situation d'interaction ; on ne peut pas ne pas communiquer et on ne peut pas ne pas répondre à la communication

- 16 –la communication est intentionnelle .
Elle permet de découvrir , de se rapprocher , de persuader et de jouer

- 17 –la communication est irréversible . On ne peut reprendre le message envoyé .

Test

Situation de communication	Émetteur	Récepteur	Rétroaction
1- une leçon à l'école			
Une pièce de théâtre			
Le policier qui fait passer les piétons			
La vente au marché couvert			

Une leçon à l'école	La maîtresse	Les écoliers	Réponse à des questions ,exercices écrits ou oraux, lever du doigt , bavardages, silence
Une pièce de théâtre	Les comédiens	Les spectateurs	Applaudissements ,rires,tristesse,joie ,plaisir, ennui
Le policier qui fait passer les piétons	le policier	Les passants	Traverser la route , saluer le policier , être rassuré durant la traversée
La vente au marché	Les commerçants	Les clients	Acheter,ne pas acheter,demander des renseignements, payer , discuter du prix