

## **PLAN: (by Samiroft - TETOUAN, Morocco)**

- I. **Définitions :**
- II. **Les éléments qui constituent l'acte de communication :**
- III. **Les formes de la communication :**
  - ❖ *le rôle de la communication non verbale :*
- IV. **Les fonctions de la communication**
  - 1-Le développement personnel:*
  - 2-Permettre au groupe de s'insérer et de fonctionner:*
- V. **Les obstacles à la communication**
  - ❖ *Obstacles provenant de l'émetteur :*
  - ❖ *Obstacles provenant du récepteur :*
  - ❖ *Obstacles provenant du message et du code :*
  - ❖ *Obstacles provenant du canal :*
- VI. **Conclusion**
- VII. **Sources**

- I. **Définitions :**

« La communication est une activité d'échange incessante et improbable entre deux ou plusieurs unités (individuelles,

organisationnelles, interpersonnelles) qui cherchent à modifier leurs comportements mutuels pour réduire l'incertitude inhérente au fait que ces unités sont et resteront différentes les unes des autres ».

« La communication est définie comme l'acte par lequel un émetteur produit un message à propos d'un référent pour le transmettre à un récepteur en utilisant un code et un canal ».

## II. Les éléments qui constituent l'acte de communication :

- **l'émetteur** : c'est la personne qui émet le message ;

- **le récepteur** : c'est la personne qui reçoit le message ;

- **le message** : c'est l'information à transmettre ;

- **le canal** : c'est le moyen utilisé pour le transmettre (voix, lettre, gestes, fax, radio, télé, téléphone, journal, Internet...).

- **le code** : c'est l'ensemble de signes utilisés pour transmettre un message sous forme transmissible et compréhensible (la langue) ;

- **le référent** : c'est ce dont on parle ;

- **le feed-back** : c'est le message en retour vers l'émetteur ; il peut être une réponse verbale ou non verbale (signe de tête par exemple).

## III. Les formes de la communication :

**la communication verbale** : elle se fait par l'intermédiaire du code verbal utilisé à l'écrit ou à l'oral ; c'est le langage de la pensée ;

**la communication non verbale** : elle s'effectue par le biais d'un code non verbal de quatre façons : la posture, les expressions (mimiques), les gestes et les déplacements (mouvements) ; c'est le langage du corps.

***le rôle de la communication non verbale :***

La communication non verbale vient appuyer le discours oral pour apporter des éléments d'informations complémentaires au récepteur :

certains gestes transmettent un message, et la parole n'est pas nécessaire ; ces gestes sont codés. (exemple : le policier lève le bras pour stopper la circulation).

Certains gestes répètent l'information pour la rendre plus compréhensible ; (exemple : quelqu'un vous indique le chemin à suivre, ses gestes miment le trajet à parcourir).

Certains gestes et mimiques traduisent des émotions et expriment des états intérieurs ; (exemple : manifester son inquiétude, sa joie, sa colère...).

Or, le paralangage (le non verbal), qui semble être destiné à renforcer le message transmis a parfois l'effet inverse, c'est-à-dire que certains gestes peuvent parasiter ou même couper la communication ; (exemple des tics et gestes répétés plusieurs fois comme jouer avec ses lunettes, son stylo, ...).

**Remarque :** le regard, le sourire, certains gestes de la main renforcent la présence de celui qui parle ; à l'inverse, le visage en position de fermeté et le regard fuyant entraînent la rupture de la communication.

**IV. Les fonctions de la communication**

La communication, en général, remplit deux catégories de fonctions principales:

Elle contribue au développement personnel de l'individu;

Elle permet au groupe social de fonctionner.

***1-Le développement personnel:***

Plusieurs fonctions de la communication contribuent au développement personnel des individus:

❖ **Fonctions d'intégration:**

La communication est largement utilisée pour l'intégration de l'individu à son environnement social.

En permanence, il doit prendre position par rapport au comportement des autres, les comprendre, interagir avec eux, s'adapter.

Il doit capter les expériences des autres, assimiler leurs connaissances et les mettre à profit pour progresser dans son développement personnel. Il ne peut tenir sa place qu'en échangeant, en collaborant et en communiquant avec ses semblables.

❖ **Fonction de révélation:**

La communication avec autrui permet de dépasser ou corriger les limites ou les erreurs de la connaissance directe.

Elle permet à chacun de se révéler à autrui comme, souvent, à soi-même, par le canal de sa relation avec les autres.

La communication directe avec autrui offre, par rapport à la lecture ou à l'audiovisuel, l'avantage de l'interactivité: l'autre sert de "miroir" et aide à corriger ses erreurs.

❖ **Fonction valorisation:**

La communication ne se limite pas à la seule transmission d'informations.

Elle peut constituer, pour l'individu, une manière d'attirer l'attention sur lui, de s'affirmer, de se valoriser, voir, aussi de se dévaloriser.

❖ **Fonction d'influence:**

Chacun, dans sa vie quotidienne, cherche à amener les autres à partager ses opinions, ses idées.

L'entreprise, cherche à convaincre le consommateur des qualités supérieures de son(ses) produit(s) par des actions publicitaires.

❖ **Fonctions de guérison:**

La communication est, aujourd'hui, très utilisée par les thérapeutes pour guérir les désordres psychologiques et aider les individus à résoudre leurs problèmes personnels.

## **2-Permettre au groupe de s'insérer et de fonctionner:**

C'est à plusieurs titres que la communication permet le fonctionnement des groupes sociaux, et ce quelle que soit leur taille:

### **❖ Permettre l'accomplissement de la tâche:**

L'échange d'informations et de points de vue permet aux membres du groupe de travailler ensemble.

Plus la tâche à accomplir exige un degré élevé de coopération, plus la communication devient nécessaire.

### **❖ Favoriser la cohésion du groupe:**

Une fois qu'un groupe se constitue, qu'il ait ou non une tâche commune, sa cohésion exigera que se créent entre les membres des courants de communication, des occasions de savoir, de se parler, de se connaître, de s'apprécier.

L'appartenance à un groupe uni, solidaire génère auprès de ses membres des motivations positives en faveur du groupe et de la tâche qu'il accomplit.

### **❖ Valoriser le groupe:**

La communication permet au groupe d'établir une relation avec son environnement, d'affirmer sa présence, son originalité, sa personnalité, son apport à la société et, donc de justifier son existence. Il s'agit, par là, de cultiver l'image institutionnelle du groupe, de la valoriser

### **❖ Généraliser et stabiliser les structures socioculturelles:**

Les techniques de communication permettent aux sociétés de conserver et de reproduire les expériences vécues par les individus à des époques et en des lieux différents. Sans ces techniques, les connaissances, les opinions, les modèles de comportement, les sentiments ne pourraient circuler et contribuer à la formation, à l'entretien et à l'évolution des cultures.

## V. **Les obstacles à la communication**

### ❖ ***Obstacles provenant de l'émetteur :***

l'émetteur produit seulement une partie du message (message incomplet) ;

il parle trop vite ou trop bas ;

il articule mal ;

il utilise un langage inadapté au récepteur (utilisation des termes techniques) ;

il désire volontairement ne pas communiquer toute l'information.

Inaptitude à la communication ;

Manque de préparation ;

### ❖ ***Obstacles provenant du récepteur :***

le récepteur est inattentif, ne s'intéresse pas à la communication ;

absence d'écoute active ;

interprète le message en fonction de ses préoccupations, de sa façon de voir ;

l'oubli ;

la fatigue ;

la mauvaise humeur ;

l'esprit préoccupé par autre chose ;

la rigidité du système de référence.

❖ **Obstacles provenant du message et du code :**

Il s'agit de toutes les incompréhensions dues aux différences dans le niveau de langue, au sens donné aux images, aux sons, aux mots ... ces éléments n'ont pas été pris en compte par l'émetteur lors de sa conception du message.

**(Exemple:** deux étrangers qui ne parlent pas la même langue ; un scientifique expliquant ses recherches avec des mots techniques incompréhensibles pour un public non initié).

❖ **Obstacles provenant du canal :**

Le canal choisi n'est pas adapté ; (choisir d'envoyer un courrier par exemple au lieu d'une longue conversation téléphonique).

D'origine essentiellement technique, en voici quelques exemples pour des canaux courants :

**-La voix :** Pas assez forte, mauvaise articulation, rythme trop lent, mauvaise intonation, accent trop prononcé...

**-L'écriture :** Texte illisible, mauvaise rédaction, trop détaillé, mauvaise présentation...

**-Les images :** Peu claires, inadaptées au message à transmettre, choquantes, peu visibles,...

**- Les gestes et les mouvements :** Trop nombreux, bruyants, choquants, incompatibles avec le ton et le sens du message,...

**N.B:** La communication humaine est toujours déformée par les parasites qui interfèrent dans la réception du message. Les perturbations (bruits) survenant au cours de la communication orale peuvent être de nature :

- **Physique :** véritables bruits (voix trop basse, débit rapide) ;
- **Linguistique :** difficulté de décodage (utilisation des termes incompréhensibles, de langue différente) ;
- **Psychologique :** absence d'attention, parti pris, et préjugés de la part des émetteurs et récepteurs.

## VI. **Conclusion**

la communication est définie comme étant la transmission de l'information au sein d'un groupe, considérée dans ses rapports avec la structure de ce groupe. Il est extrêmement important de bien identifier la cible de votre communication puisque celle-ci influencera grandement le message ainsi que la façon de le transmettre. Premièrement, le contenu du message, ainsi que le langage employé seront différents selon le public ciblé. Par exemple, un message destiné aux employés de l'entreprise, sera très différent de celui destiné aux partenaires communautaires ou aux client.es. Cette notion est liée au fait qu'une même personne ne parle jamais de la même manière.

## VII. **Sources**

- [www.valorisationcapitalhumain.ca](http://www.valorisationcapitalhumain.ca)
- [www.frenchschoolsnorthamerica.org](http://www.frenchschoolsnorthamerica.org)
- [www.marketing-management.safoweb.com](http://www.marketing-management.safoweb.com)