

Université A.MIRA , Béjaia
Faculté des Sciences Humaines et Sociales
Département de Psychologie et Orthophonie

Master 1/ Psychologie du travail, des Organisation et Gestion des Ressources Humaines

Module : Communication interne

Dr MEZIANI Tahar

1/ Objectifs du cours :

- Connaitre la signification de la communication organisationnelle
- Avoir suffisamment de connaissances en rapport avec la communication interne de l'entreprise à savoir :
 - Les niveaux de la communication interne de l'entreprise
 - Les types de la communication interne de l'entreprise
 - Les caractéristiques de la communication interne de l'entreprise
 - Les stratégies de la communication interne de l'entreprise

2/ Introduction :

La communication est un cycle de transmission d'une information (le message) d'un émetteur à un récepteur, par le biais d'un canal, le message doit être claire et l'information doit passer vers l'auditeur attentif, il ne doit pas y avoir d'interférence dans le canal de transmission. Le cycle de la communication est complet lorsque l'émetteur reçoit de la rétroaction de la part du (es) récepteur (s) qui lui confirme que ce dernier a bien saisi l'information (Le message). Donc la communication est un vrai métier, si nous savons ce que nous voulons dire, nous savons rarement comment le dire. Toute communication réussie passe par un plan de communication solide, et tout plan de communication solide commence par une réponse claire à la question : « Quel résultat voulons-nous atteindre avec la communication de ce message », sans Objectif, la communication reste en effet assez vague et risque de perdre son sens. Le plan de communication dans l'entreprise permet de véhiculer l'image de votre entreprise, de vos produits ou service, et le plan de communication indique la démarche à suivre pour

produire et diffuser les messages nécessaires à la production d'une action, et il permet de prévoir le budget pour les frais de communication à engager.

3- Le rôle de la communication dans l'entreprise :

La communication dans l'entreprise est tout à fait fondamentale et spécifique au fonctionnement de l'entreprise, c'est elle qui fait que les différents systèmes de l'entreprise échangent et vivent à la fois de manière interne entre eux. La communication est un peu l'huile qui permet aux rouages organisationnels de fonctionner. Aucun système technique par exemple ne peut viser l'efficacité sans un minimum de communication entre les hommes, ne serait-ce que pour transmettre les instructions concernant les matériels, aussi sophistiqués sont-ils.

La communication assure l'interaction des différentes parties de l'entreprise. C'est une des fonctions de l'encadrement de veiller à la mise en place, au maintien et au développement de ce système de communication. Mais ce système concerne bien évidemment les individus dans leur spécificité et dans leur psychologie. Tout ce qui touche à la communication et donc nécessairement implique un niveau personnel, ce qui explique que nombre d'entreprise préfère changer un organigramme plutôt que communiquer vraiment sur la difficulté à communiquer.

4- Approches théorique de la communication :

Si la communication est un phénomène complexe à étudier, c'est sans doute à cause de sa dimension psychologique. Cette dimension relationnelle brouille finalement le phénomène purement « mécanique » qui est en jeu. Peut-être alors peut-on, pour éclaircir le sujet, commencer par dépouiller la communication interpersonnelle de ces aspects affectifs et psychologiques pour ne retenir que le processus lui-même, Il y a des liens entre les approches théoriques de l'information et la communication. Après avoir saisi le mécanisme de base, resteront à prendre en compte les dimensions propres à la communication entre deux individus.

- Le schéma de LASWELL (1948) présente un schéma linéaire dans lequel le processus de communication revient au fait de répondre aux cinq questions suivantes :

- Qui ?
- Dit quoi ?
- Par quels moyens ?
- A qui ?
- Avec quels effets ?

Emetteur CANAL MESSAGE CANAL ⇨ Récepteur

Schéma simplifier de Laswell.

- Le schéma de SHANNON (1947) :

Schannon était ingénieur des télécommunications et c'est en se penchant sur les problèmes de transmission de l'information qu'il en est venu à proposer une théorie de l'information. En simplifiant, on peut ramener ces théories au schéma suivant :

Emetteur (codage) CANAL MESSAGE CANAL ⇨ Récepteur (Décodage)

Schéma simplifier de Schannon.

- Le schéma de WIENER (1948)

WIENER est considéré comme le père de la cybernétique, c'est lui qui compléta le schéma de la communication en insistant sur le feed-back, c'est-à-dire l'information en retour qui crée une boucle de rétroaction.

La communication d'un point de vue dynamique se décompose en trois temps qui s'enchaînent et s'entraînent : Le codage, le décodage et le feed-back.

Emetteur (Codage) CANAL MESSAGE CANAL ⇨ Récepteur (décodage)

⇨
FEED-BACK
⇨

Schéma simplifier de WIENNER

Ce schéma a été depuis complété et enrichi. Plus que le schéma de base, c'est surtout autour du codage et des bruits que les apports sont importants. Ainsi, des filtres, des tamis et la notion de répertoire viennent préciser le processus de la communication. On

appelle « répertoire » l'ensemble des références qui seront à la source des codes utilisés pour construire le message.

5- Les différents types de communication :

a- Langage et communication :

Pendant longtemps, la communication a été essentiellement abordée au travers du langage, de la communication verbale. Aujourd'hui au contraire, une grande part des travaux concerne la communication non verbale. Pourtant l'étude du langage reste une voie royale pour explorer les subtilités de la communication humaine.

b- Communication non verbale :

On oppose souvent communications verbale et non verbale, l'une étant le langage de la pensée et l'autre le langage du corps. Les travaux de l'école de PALO ALTO, ont contribué à vulgariser l'idée que l'on en dit tout autant par le non-verbal que par les mots. Ainsi Birdwhistell et Argyle ont estimé que les messages non verbaux représentent 70 % des messages que l'on transmet et que l'on reçoit dans une conversation.

La communication non verbale se situe en dehors du langage, elle concerne des échanges qui ont lieu entre des individus qui ne cherchent pas nécessairement à communiquer un type de message précis.

On peut regrouper avec GUITTET le paralangage autour de cinq grands thèmes : Le territoire (l'espace), la posture (des gestes, des contacts corporels ex : serrement de main, gestes affectueux...), L'image du corps, Le visage et la mimique (les signes d'attention, d'impatience, d'étonnement, de soutien ou de rejet passent sur le visage de celui qui écoute par une série de mimiques que l'on aurait du mal à décomposer mais qui constituent une grande part de ce que l'on a nommé le feed-back.)