

Cours 4 les éléments d'une situation de communication

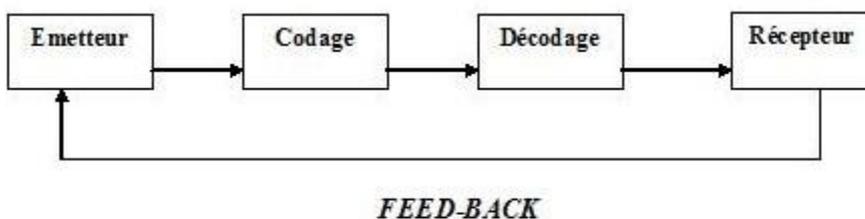
Introduction

La communication humaine est un processus complexe qui repose sur des éléments fondamentaux pour permettre l'échange d'informations, d'idées ou d'émotions. Comprendre ces éléments est essentiel pour analyser et optimiser les interactions humaines. Depuis le modèle classique de Shannon et Weaver (1949), de nombreuses théories ont approfondi notre compréhension des composantes de la communication. Ce texte présente les principaux éléments de l'opération de communication, leur rôle et leur interconnexion, tout en s'appuyant sur des références scientifiques.

I -La communication comme situation technique :

Les premières théories de la communication ont été élaborées au milieu du XX^e siècle par des ingénieurs américains qui cherchaient des solutions aux problèmes techniques liés à la perte d'informations (notamment lors de la transmission télégraphique).

Le modèle élaboré par Shannon 1952, dans le cadre de la théorie de l'information a connu un succès considérable. Pour Shannon, la communication peut être définie comme la transmission d'un message d'un endroit à un autre. Ce processus peut alors s'énoncer simplement et se représenter graphiquement clairement.



Le schéma de la communication de Shannon

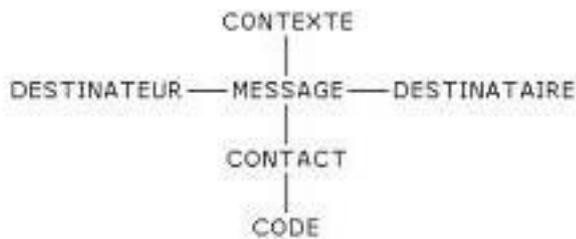
Il repose sur la mise en relation d'un émetteur et d'un destinataire. L'émetteur souhaitant donner une information va devoir la traduire en un langage compréhensible pour le destinataire et compatible avec les moyens de communication utilisés (*le codage*). Le message ainsi élaboré va alors être émis et véhiculer grâce à un support matériel (*le canal de la communication*). Il parvient alors un destinataire (*le récepteur*) qui grâce à une activité de (*décodage*) va pouvoir comprendre le message (*Quel que soit le type de communication, le transfert d'informations n'est possible que si l'émetteur et le récepteur partagent, au moins partiellement, le code (c'est-à-dire le système de signes) dans lequel a été transcrit le*

message. Ces signaux peuvent remplacer certains énoncés verbaux, mais peuvent aussi les accompagner ou les illustrer (comme dans les gestes illustratifs : « un poisson gros comme ça »); le système pour qu'il soit pleinement efficace doit prévoir une modalité de contrôle, de régulation et de traitement des erreurs (*le feed-back*), c'est-à-dire la boucle de rétroaction (rebondissement) de récepteur vers l'émetteur.

Le modèle de Shannon a également connu un grand succès auprès des linguistes de l'époque comme Jakobson 1963.

Le linguiste américain **Roman Jakobson**, dans ses Essais de linguistique générale (1963 et 1973), démontre que la plupart des actes de langage mettent en œuvre six facteurs :

Un **destinateur** (*émetteur ou locuteur*) qui transmet un message à un **destinataire** (*ou récepteur*) dans un **contexte**, selon un **code** (*la langue par exemple*) qui est commun à l'émetteur et au récepteur et par le biais d'un **contact** (*ou canal*) qui établit et maintient la communication à travers un **message** (*la parole ou l'écrit*)



Le schéma de la communication de Jakobson

Pour résumer on peut se poser les questions suivantes:

Qui parle ? Le destinateur

À qui ? Au destinataire

Que dit-il ? Le message

Avec quoi communique-t-il ? Un code, sa langue par exemple

Dans quelle condition ? Grâce à un contact ou canal, soit face à face, par téléphone, par lettre, par e-mail, etc.

Où, quand, pourquoi... ? Dans un certain contexte de communication

Une critique majeure peut être adressée à ces modèles : ils ignorent totalement le fait que la communication est effectuée par des individus (ou des groupes) c'est-à-dire par des opérateurs sur lesquels vont intervenir de manière massive des facteurs psychologique, des contraintes sociales, des systèmes de normes, des valeurs.

Ces modèles linéaires, bien qu'utile pour les communications techniques, ont été critiqués pour leur manque de prise en compte des aspects sociaux et interactifs de la communication (Watzlawick et al., 1967). Ces modèles considèrent la communication comme un processus unidirectionnel. Cependant, la communication humaine est souvent interactive, où les rôles d'émetteur et de récepteur s'alternent rapidement. Par ailleurs, il ne tient pas compte du contexte, un facteur crucial dans l'interprétation des messages.

Les psychosociologues ont mis en évidence le rôle central du langage et de la communication dans l'organisation et le fonctionnement de la vie sociale. Ils manifestent actuellement un intérêt croissant pour l'analyse du discours, Le rôle du langage dans la construction du monde social, ils s'interrogent : pourquoi autant de difficultés à communiquer ? Comment favoriser la communication entre les hommes, entre les groupes, et à l'intérieur des organisations ?

II -L'analyse psychosociologique de la communication :

La définition que nous donnons à la communication diffère sensiblement de celle de Shannon. Pour nous la communication est l'ensemble des processus par lesquels s'effectuent les échanges d'informations et de significations entre des personnes dans une situation sociale donnée.

Toute communication est une interaction. Il n'y a donc pas un émetteur et un récepteur, mais bien deux locuteurs en interaction, l'émetteur est en même temps émetteur et récepteur, et non pas émetteur puis récepteur (et réciproquement).

La communication est donc bien un acte social, cet acte pouvant être délibéré ou involontaire, conscient ou non. Si l'on admet que dans une interaction, tout comportement a la valeur d'un message, c'est-à-dire qu'il est une communication, il suit qu'on ne peut pas ne pas communiquer, qu'on le veuille ou non. Car la communication ne repose pas seulement sur l'expression orale, elle est un système à canaux multiples. Les gestes, les mimiques, la

position corporelle, le silence lui-même sont des actes de communication, ils véhiculent en effet une signification. Ils témoignent de la nature du lien social existant ou souhait.

III -Les facteurs influençant la communication :

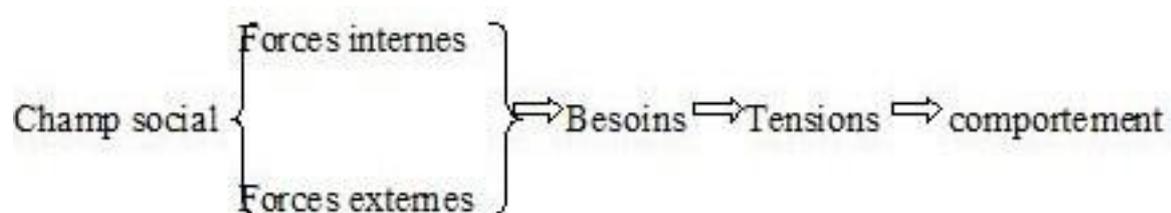
III-1-Le rôle des acteurs de la communication :

Ceux que Shannon appelle l'émetteur et le récepteur et que nous appelons les locuteurs sont affectés par trois types de variables dans la situation de communication : les variables psychologiques, cognitives et sociales.

III-1-1Les variables psychologiques :

Tout individu qui communique est directement impliqué dans la situation, il y est engagé à travers sa personnalité et son système de besoins déterminant ses motivations (explicites, implicites, ou inconscientes).

Kurt Lewin, pense que tout individu fonctionne comme un organisme soumis à un ensemble de forces. Ces forces qui peuvent être d'origine externe (l'environnement), ou interne (l'histoire du sujet) exercent sur l'individu et créent des besoins engendrant des tensions qui vont produire des comportements. Le comportement adopté par un individu dans une situation donnée vise à réduire les tensions qui s'exercent sur lui, à satisfaire les besoins engendrés par le système de forces externes ou internes auquel il est soumis.



Principe de fonctionnement psychologique

Selon Lewin (1959) le comportement adopté par un individu dans une situation donnée vise à réduire les tensions qui s'exercent sur lui, à satisfaire les besoins engendrés par le système de forces internes ou externes au quel il est soumis.

Ces forces peuvent être de deux natures : *les forces positives* correspondent aux besoins d'accomplissement, de réalisation et d'attente de certains objectifs. Elles créent des tentions positives et un comportement d'approche. *Les forces négatives* correspondent aux besoins de se détourner d'objets ou de situations. Elles créent des tentions négatives et un comportement d'évitement.

Ce double jeu des forces correspond à celui des *désirs et des défenses* qui fait que toute communication repose ou produit un système de contrôle, de filtrage ou de sélection de l'information qui dans la plupart des cas est inconsciente. Parmi ces processus nous allons présenter les deux qui nous semblent à la fois les plus fréquents et les plus puissants.

III-1-1-3 Les mécanismes projectifs : soit ils consistent à *assimiler* la pensée d'autrui à la sienne (penser qu'il fonctionne comme moi sans se rendre compte de ses caractéristiques propres). Soit ils consistent à *attribuer* aux autres des attitudes capables de justifier mes sentiments et mes comportements envers lui (à lui attribuer ma propre agressivité qui me permet de justifier un refus de communication).

III-1-1-4 Les mécanismes de défenses : Si dans une situation de communication l'information menace de bouleverser l'équilibre interne de l'individu, on voit apparaître automatiquement des mécanismes de défenses visant à maintenir ou à restaurer cet équilibre. L'individu va alors organiser l'information, le message de telle sorte qu'il corresponde à la structure antérieure de ses attitudes et de ses normes. On peut observer dans des situations de communication quatre formes plus courantes de mécanismes :

-La scotomisation : c'est le processus qui consiste à éliminer une information gênante en ne la percevant même pas.

-La mémorisation sélective : Mécanisme là encore bien connu qui consiste à oublier immédiatement une information problématique reçue, on mémorise plus au moins bien, certains éléments plutôt que d'autres, en fonction de son état. Ce mécanisme correspond à la fameuse expression « Entrer par une oreille et sortir par une autre »

-L'interprétation défensive : Il consiste à donner à une information une signification différente de son sens réel, mais qui est conforme à ce que l'on voudrait qu'elle soit.

-La négation de l'autorité de la source : Si l'information pose problème, l'individu va la dévaloriser en mettant en cause l'autorité, la compétence, ou la bonne foi de celui qui est à l'origine de l'information. L'information ainsi dévalorisée perd son statut d'information ; elle peut être négligée ou éliminée.

III-1-2 les variables cognitives :

Le système cognitif : c'est-à-dire l'organisation du fonctionnement mentale et intellectuelle. Tout individu est déterminé par son propre système cognitif qui contient ses modes de réflexion, d'organisation et de traitement de l'information, dont l'origine est le type de l'information qu'il aura reçu. Ce fonctionnement cognitif est à la fois individuel est social. Dans une situation de communication le système cognitif des locuteurs va déterminer le langage utilisé (le code de l'information), l'organisation logique et l'interprétation des messages. Dès lors, il sera nécessaire, pour qu'une communication soit efficace, que le mode de fonctionnement cognitif soit au maximum commun.

a)Le système de représentation :

Les représentations est un ensemble organisé des informations, des croyances, des attitudes et des opinions qu'un individu ou un groupe élabore à propos d'un objet donné, par lesquels il reconstruit le réel auquel il est confronté et lui attribue une signification spécifique. Notre système cognitif fonction de manière à pouvoir faire face au flot d'information qui nos parvient. En d'autres termes, c'est un ensemble de processus et de stratégies qui nous permettent en quelque sorte de compenser nos capacités limitées comme la prédiction (Delouée, 2010). En effet, dans une situation de communication trois éléments de la représentation vont jouer un rôle de filtre interprétatif, c'est-à-dire que l'individu va interpréter, décoder la situation et le comportement de son partenaire en fonction de sa représentation de la situation.

b) La représentation de soi :

Elle se fonde sur deux composants : Le *Moi intime* (l'image que l'individu se fait de lui-même ses forces, ses faiblesses, ses compétences, ses caractéristiques...) où, à la plupart du temps, il est privé, non exprimé et non connu par les autres. Et le *Moi public*, le moi déclaré, c'est-à-dire l'image de soi que l'on donne aux autres et qui peut être radicalement différente de l'image intime. Dans toute situation de communication, l'individu va se comporter et

réagir en fonction de *ce qu'il pense être et de ce qu'il veut apparaître*. Ce qui va intervenir dans le comportement, dans le type de langage utilisé et dans le choix du canal de communication.

c) La représentation de l'autre :

C'est l'image que l'on se fait du partenaire (sa personnalité, ses compétences, son statut). Cette représentation va intervenir dans la nature des relations, dans les supports utilisés et dans la finalité attribuée à la situation.

d) La représentation de la tâche ou du contexte :

C'est en fonction de l'image qu'il se fait de la tâche à accomplir que l'individu va adopter un certain type de raisonnement, qu'il va estimer le code et le canal le plus approprié à la communication.

III-1-3 Les variables sociales :

a) Le rôle et le statut social :

Le statut social est déterminé par la place qu'un individu occupe dans un système social donné et à un moment donné. Le statut peut donc varier d'un moment à un autre, d'une situation à une autre. En fonction de son statut, l'individu va être amené à développer un certain nombre de rôles sociaux, il va développer les comportements et les attitudes qui lui semblent appropriés à son statut. Ici encore apparaît une des prédéterminations de la communication. Le statut des locuteurs détermine des attentes réciproques de rôle. Dans l'interaction peuvent alors apparaître deux types de perturbations :

- Le conflit des rôles lorsqu'un individu donné adopte un comportement différent de celui attendu compte tenu de son statut.
- La rigidité des rôles lorsqu'un individu maintient dans une nouvelle situation sociale un rôle correspondant à une autre situation (le patron qui continue à jouer un rôle de patron dans une situation de loisir).

b) Les préjugés et stéréotypes et discrimination :

Définitions :

IL est possible de définir un stéréotype comme « un ensemble de croyances à propos d'un groupe social » (Ashmore et Del Boca, 1981) les stéréotypes sont généralement socialement partagés, ils sont véhiculés et entretenus par l'environnement social (la famille, amis, médias, société, etc).(Délovée,2010)

Les préjugés quant à eux sont définis par Gergen et Gergen (1981) comme « une prédisposition à réagir défavorablement à l'encontre d'une personne sur la base de son appartenance à une classe ou à une catégorie». Les préjugés font partie de notre vocabulaire courant à travers divers termes qui ne sont autre que le reflet linguistique de divers préjugés selon la catégorie visée. Ex : racisme basé sur l'origine ethnique, âgisme basé sur l'âge, sexisme basé sur le sexe etc.

Enfin, le terme de discrimination correspond à un comportement négatif non justifiable produit à l'encontre des membres d'un groupe donné. Ex : le fait de refuser l'entrée en administration à quelqu'un sur la base de son appartenance ethnique, son apparence physique, de son sexe ou de la couleur de sa peau.

Tout individu fonctionne consciemment ou inconsciemment avec certain nombre de préjugés et de stéréotypes sociaux facilitant ou perturbant la communication. Ces jugements préétablies son liés à l'histoire du groupe d'appartenance du sujet, mais aussi à un certain nombre d'autres facteurs. S'ils jouent un rôle déterminant dans la communication, c'est qu'ils son l'une des composantes des représentations de l'autre et donc de la signification attribuée à la situation. Ils sont une fonction anticipatrice de comportement et des réactions du partenaire, ils prédéterminent et canalisent la communication.

III-1-4 Les variables psychologiques et psycho-sémantiques :

a) L'effet de halo :

C'est l'effet engendré par la résonance symbolique que peut éveiller chez les acteurs de la communication tel ou tel mot. Un mot, une idée, un message, peuvent déclencher toute une chaîne d'associations individuelles et personnelles qui peut, dans certain cas, bloquer toute

communication : c'est ce qu'il est convenu d'appeler des « mots chocs » extrêmement difficile à maîtriser car souvent liés à l'histoire spécifique de l'individu récepteur. (Ces mots témoignent souvent des positions idéologiques) ex : (flics, les forces de l'ordre, les gardians de la paix).

b) Le poids des mots :

La centralité d'un terme est déterminée par la nature et l'importance de l'information qu'il véhicule, c'est ainsi que les adjectifs qui témoignent d'un écart d'une norme sociale (ex malin et intelligent).

c) L'ordre des mots :

De même l'ordre des mots peut jouer un rôle décisif dans la signification attribuée. C'est aussi que les premiers mots sont valorisés par rapport aux mots qui leur succèdent. Si les premiers mots sont valorisés, il en est de même des derniers leur place dans le message les privilégie dans les processus de mémorisation, donc dans les effets à plus long terme de la communication. Quand on place un nom au début d'une série d'adjectifs, on favorise la mémorisation de toute la liste et on privilégie les adjectifs les plus proches du substantif. On obtient l'effet inverse si l'on place le nom à la fin du message. Les premiers adjectifs sont alors négligés et les derniers survalorisés c'est-à-dire ceux qui sont les plus proches du nom. Certains éléments jouent donc un rôle central dans l'interprétation du message et le poids respectif des autres éléments.

III.2.3 Les facteurs de contexte et d'environnement

a) Le rôle du contexte matériel et temporel

L'aménagement matériel de l'espace est fortement socialisé. La simple disposition des tables dans une salle de conférences manifeste une intentionnalité : dialogue et échange pour un espace ouvert et circulaire ; monologue et absence d'interaction pour un espace fermé, ordonné et hiérarchisé comme une de classe ou un amphithéâtre. Le lieu choisi pour communiquer, mais aussi le moment, l'utilisation ou non d'éléments matériels (fauteuils, bureaux, etc.) interviennent directement sur la nature et la qualité de l'interaction entre les acteurs.

b) Rôle du contexte social et de l'influence sociale

Le concept de l'influence sociale renvoie à des situations où le comportement d'un ou de plusieurs individus se modifie en fonction du comportement d'un autre ou de plusieurs autres individus à l'égard d'un objet considéré. La position d'un individu vers un objet donné n'est pas déterminé uniquement par ses caractéristiques personnelles, ni par celles de l'objet lui-même seulement, mais par la connaissance que l'individu a de la position d'une ou de plusieurs autres personnes

Il s'agit donc de l'effet de la présence d'un public ou d'observateurs sur le comportement ce qu'il est convenu d'appeler en psychologie sociale, la **co-action**. Comme la présence d'un public augmente le niveau général de la motivation, elle augmente la performance mais gêne l'apprentissage. Par ailleurs, la co-action entraîne une plus grande modération et une plus grande uniformité des jugements émis. Elle intervient donc positivement lorsque les sujets effectuent des tâches qu'ils maîtrisent bien. Par contre, elle a un rôle négatif dès qu'il s'agit d'aborder des problèmes complexes nécessitant un apprentissage. Privée ou publique, avec ou sans témoins, la nature de la communication est directement influencée par le contexte social dans lequel elle se déroule sans pour autant qu'une règle unique puisse être appliquée ; car un même contexte social jouera un rôle différent selon la nature de l'échange, sa complexité et sa finalité.

c) Rôle du contexte culturel et idéologique

La pratique de la communication, le décodage de la signification d'indicateurs verbaux ou non verbaux son directement déterminés par le contexte culturel. Car il est extrêmement difficile de communiquer avec des interlocuteurs issus d'une autre culture, Faute de manque de moyens de codage et de décodage appropriés de l'information transmise.

IV- Communication bilatérale et feed-back

La communication est un système complexe, déterminé par un ensemble de facteurs matériels, psychologiques, cognitifs et sociaux. Les causes de difficulté ou de perturbation dans la communication sont nombreuses et puissantes. Il est donc indispensable qu'existent dans ce système des possibilités de régulation, d'adaptation et de transformation. Pour qu'elle soit efficace la communication doit fonctionner comme un système circulaire, elle doit

s'autoréguler. L'élément central de cette régulation est constitué par le *feed-back* qui permet au récepteur d'émettre ses réactions. Cette rétroaction correspond à trois fonctions.

-fonction de contrôle de la compréhension, de la bonne réception du message.

- fonction d'adaptation de message aux caractéristiques des acteurs, aux difficultés rencontrées, ou à d'autres événements nécessitant une modification du contenu ou de la forme.

- Fonction de régulation sociale par la flexibilité des rôles et des fonctions assurées par les différents acteurs de la communication facilitant la compréhension du point de vue de l'autre et favorisant l'apprentissage social.

- fonction socio-affective où elle augmente la sécurité des acteurs, chose qui permet de réduire l'apprehension et d'augmenter la satisfaction

Une communication correcte suppose une flexibilité des rôles, un échange et non pas une transmission, pour ça toute communication doit s'analyser, s'organiser et se réaliser comme une interaction, toute communication doit être bilatérale. Qu'il s'agisse de transmission d'ordres, de consignes, d'informations ou tout simplement d'échanges socio-affectifs, c'est la rétroaction réciproque qui permet l'attente optimale des objectifs.

Conclusion

L'opération de communication repose sur une interaction complexe entre plusieurs éléments essentiels, notamment l'émetteur, le message, le récepteur, le canal et le contexte. Les théories modernes montrent que ces éléments ne fonctionnent pas de manière isolée, mais interagissent de manière dynamique pour influencer la qualité et l'efficacité de la communication. Comprendre ces éléments et leur rôle respectif permet d'améliorer nos interactions dans divers contextes, qu'ils soient personnels, professionnels ou technologiques.