

# Introduction à la Communication

## Chapitre 01 : Fondements et genèse de la communication

Année universitaire 2025–2026

### Introduction

La communication constitue le fondement de toute organisation sociale humaine : depuis la préhistoire jusqu'à l'ère numérique, les sociétés ont inventé des dispositifs toujours plus sophistiqués pour échanger, partager et construire du sens. Comprendre ses origines étymologiques, ses définitions fondatrices et les notions qui lui sont voisines est donc indispensable à toute analyse des pratiques communicationnelles contemporaines. Ce chapitre retrace l'évolution du concept et présente les sept grandes étapes historiques qui ont façonné la communication telle que nous la connaissons aujourd'hui.

### 1. Définition du concept de communication

#### a. Origine étymologique

Le mot **communication** est issu du latin *communicare*, qui signifie *mettre en commun*, *partager* et *être en relation*. Cette étymologie révèle la nature profonde du phénomène : la communication n'est pas un acte unilatéral d'émission d'un message, mais un processus **bidirectionnel** impliquant un émetteur, un récepteur et un contenu partagé. À l'origine, le terme renvoie donc à l'idée de partage et d'échange entre plusieurs personnes.

#### b. Définition générale

##### Définition : Communication

La communication peut être définie comme le processus par lequel une personne ou un groupe **transmet un message** à une autre personne ou un autre groupe afin de partager une information, une idée ou une émotion. Elle est un processus de *transmission*, de *compréhension* et d'*échange* entre l'**émetteur** et le **récepteur**, via un **message** et un **canal**. En général, communiquer c'est entrer en relation avec autrui pour échanger des idées, des informations, des émotions ou des messages.

Le message peut être oral (radio), écrit (journaux), audiovisuel (télévision) ou recourir à d'autres systèmes de signes : musique, dessin, photo, symboles ou emblèmes.

### c. Définition selon Claude Shannon

La définition la plus influente est celle de l'ingénieur et mathématicien américain **Claude Shannon** (1948) :

#### Définition : Communication — Shannon (1949)

*« La communication est un processus par lequel un émetteur transmet un message codé à travers un canal jusqu'à un récepteur qui le décode, ce processus pouvant être perturbé par du bruit. »*

Cette définition a profondément influencé les sciences de l'information et de la communication. Sa principale limite réside dans son caractère **unidirectionnel**, qui ne prend pas en compte la dimension interactive, sociale et symbolique de la communication humaine.

### d. Définition selon Jean-Paul Bourreau

Dans une perspective plus humaine, **Jean-Paul Bourreau**, chercheur en sciences de l'éducation et de la communication, insiste sur la dimension *relationnelle* et *sociale* de la communication :

#### Définition : Communication — Bourreau (2000)

*« Communiquer, c'est entrer en relation avec autrui pour partager du sens, construire ensemble une représentation du monde et influencer mutuellement les comportements et les attitudes. »*

La communication est un processus **dynamique** par lequel un individu établit une relation avec quelqu'un pour transmettre ou échanger des idées, des connaissances, des émotions — aussi bien par la langue orale ou écrite que par tout autre système de signe : geste, musique, dessin. Elle établit le lien qui permet aux sociétés d'exister et de fonctionner.

## 2. Les concepts voisins de la communication

La communication entretient des liens étroits avec plusieurs notions qu'il convient de bien distinguer pour éviter toute confusion conceptuelle. Chacun de ces termes renvoie à des réalités, des pratiques et des objectifs spécifiques.

### a. L'Information

#### Définition : Information

L'information désigne un ensemble de **données organisées et significantes** qui réduit l'incertitude d'un récepteur sur une situation donnée. Contrairement à la communication, elle peut être transmise *unilatéralement*, sans attente de réponse, et sans intention d'influencer.  
Exemple : le journal annonce la météo.

### b. La Propagande

#### Définition : Propagande

La propagande désigne une action de communication **intentionnelle et systématique** visant à influencer les opinions, les croyances ou les comportements d'une population dans un but politique ou idéologique.  
Exemple : discours politique / discours médiatique.

### c. La Rumeur

#### Définition : Rumeur

La rumeur est une **information non vérifiée** qui circule de bouche à oreille (ou via les réseaux numériques), sans source officielle identifiable. Elle se propage spontanément dans un contexte d'incertitude, de peur ou de manque d'information fiable.  
Exemple : une fausse information circulant sur une célébrité.

### d. La Publicité

#### Définition : Publicité

La publicité est une **communication commerciale payante** dont l'objectif est de promouvoir un produit, un service ou une marque auprès d'un public cible, en vue de stimuler la consommation ou d'améliorer une image. Elle s'appuie sur des supports variés : affichage, télévision, presse, internet.  
Exemple : un panneau d'affichage publicitaire.

### e. Le Marketing

#### Définition : Marketing

Le marketing est l'ensemble des **techniques et stratégies** utilisées pour analyser les besoins des consommateurs et promouvoir des produits ou services. Il regroupe l'ensemble des actions visant à comprendre et satisfaire les besoins des consommateurs.

### f. Les Relations Publiques

#### Définition : Relations Publiques

Les relations publiques désignent l'ensemble des pratiques de communication mises en œuvre par une organisation pour **gérer et entretenir sa réputation**, ses relations avec ses différents publics (médias, actionnaires, grand public, institutions) et son image institutionnelle.

## 3. Les étapes évolutives de la communication

La communication humaine s'est développée progressivement au cours de l'histoire. On distingue classiquement sept grandes étapes dans cette évolution.

### a. La communication symbolique et gestuelle

C'est la **première forme de communication** utilisée par les premiers êtres humains. Les hommes préhistoriques communiquaient grâce aux gestes, aux signes et aux expressions du corps. Les peintures rupestres comme celles du *Tassili* témoignent d'une communication symbolique : l'utilisation de signes visuels pour transmettre des messages à travers le temps et l'espace.

### b. La communication langagière

Avec l'évolution des sociétés, les humains ont développé **le langage**, qui permet d'exprimer des idées plus complexes et d'organiser la vie sociale. Le langage verbal devient ainsi le vecteur principal de la socialisation et de la transmission culturelle.

### c. La communication orale et rhétorique

Dans les grandes civilisations antiques (Grèce, Rome, Mésopotamie), la communication orale devient un **outil essentiel de persuasion**, notamment dans la politique et la philosophie. La **rhétorique** — art du discours et de la persuasion — codifie les règles de l'éloquence et de l'argumentation publique.

**d. La communication écrite**

L'invention de l'écriture (environ **3000 av. J.-C.**) représente une rupture majeure : pour la première fois, le message peut s'affranchir de la présence physique de l'émetteur et se conserver dans le temps. L'écriture permet de conserver et transmettre les connaissances à travers les âges. Les premières formes d'écriture apparaissent en **Mésopotamie et en Égypte**.

**e. La communication imprimée**

L'invention de l'imprimerie en Europe par **Gutenberg** au XV<sup>e</sup> siècle (1450) transforme radicalement la communication. Elle permet la diffusion massive des livres et des connaissances, marquant le début de la diffusion élargie de l'information.

**f. La communication de masse**

Du XIX<sup>e</sup> au XX<sup>e</sup> siècle, l'apparition successive de la presse à grand tirage, du télégraphe, de la radio, du cinéma et de la télévision inaugure l'ère des *mass media* : des supports capables d'atteindre des millions d'individus simultanément.

**g. La communication numérique**

Depuis la fin du XX<sup>e</sup> siècle, les technologies numériques (Internet, réseaux sociaux, smartphones) ont profondément transformé les modalités de la communication. Elle devient **interactive, rapide et mondiale**. Chaque individu peut désormais être à la fois émetteur et récepteur, producteur et consommateur de contenu (*prosumer*).

**Conclusion**

La communication est un processus essentiel qui permet l'échange d'informations et la construction des relations sociales. Son évolution historique montre que les moyens de communication se sont transformés avec les progrès technologiques et les changements sociaux.

**Références bibliographiques**

- [1] Shannon, C. E., & Weaver, W. (1949). *The Mathematical Theory of Communication*. University of Illinois Press.
- [2] Watzlawick, P., Beavin, J. H., & Jackson, D. D. (1967). *Pragmatics of Human Communication*. W. W. Norton & Company.
- [3] Bourreau, J.-P. (2000). *La Communication : théories et pratiques*. CRDP Midi-Pyrénées.
- [4] Bernays, E. L. (1928). *Propaganda*. Horace Liveright.
- [5] Botan, C. H., & Hazleton, V. (Éds.). (2006). *Public Relations Theory II*. Lawrence Erlbaum Associates.