

Chapitre 02

Anatomie du processus communicationnel

La communication est un processus complexe qui permet aux individus d'échanger des informations, des idées, des émotions ou des significations. Elle repose sur plusieurs éléments interdépendants qui assurent la *transmission* et la *compréhension* du message entre les participants.

Comprendre l'anatomie du processus communicationnel permet d'analyser comment un message est **produit, transmis, reçu et interprété**.

I. Les éléments constitutifs de la communication

Tout acte de communication repose sur un ensemble d'éléments interdépendants. En voici les sept composantes essentielles :

1. L'émetteur

L'émetteur ou le destinataire est la personne, le groupe ou l'institution qui produit et transmet le message. C'est celui qui émet le message « oralement ou par écrit ».

Exemples :

- Un directeur d'entreprise qui rédige un e-mail pour annoncer une nouvelle politique à ses employés joue le rôle d'émetteur.
- Un journaliste qui transmet une information.
- Un gouvernement qui annonce une décision.

L'émetteur doit **adapter son message au public** pour que la communication soit efficace.

2. Le récepteur

Le récepteur ou le destinataire est la personne ou le groupe qui reçoit et interprète le message. Il procède à son décodage selon son propre cadre de référence.

Exemples : les employés lisant l'e-mail du directeur, les téléspectateurs d'un journal télévisé, ou les citoyens lisant une annonce officielle.

3. Le message

Le message représente l'information, l'idée, l'opinion ou l'émotion que l'émetteur souhaite transmettre. Il peut prendre plusieurs formes : **verbal** (paroles, discours), **écrit** (texte, lettre) ou **non verbal** (gestes, expressions du visage).

4. Le canal (ou médium)

Le canal est le support ou le moyen physique par lequel transite le message. Exemples : la parole, le téléphone, la télévision, internet, les livres et journaux.

5. L'effet

L'effet correspond à l'impact du message sur le récepteur : changer d'opinion, acquérir une information, adopter un comportement, ou ressentir une émotion. Exemple : une campagne de sensibilisation peut encourager les citoyens à protéger l'environnement.

6. Le feedback (rétroaction)

Le feedback est la réponse du récepteur au message. Il permet à l'émetteur d'évaluer si son message a bien été compris. Exemples : poser une question, applaudir, écrire un commentaire, répondre à un e-mail.

7. Le bruit et les interférences

Le bruit désigne tous les éléments qui perturbent la transmission ou la compréhension du message

- Bruit physique : bruit dans une salle de classe.
- Bruit psychologique : manque d'attention ou fatigue.
- Bruit culturel ou linguistique : différences de langue ou de références culturelles.

Schéma des éléments de la communication

ÉMETTEUR	→	MESSAGE (Canal)	→	RÉCEPTEUR	→	EFFET	↔	FEEDBACK
Professeur		Cours oral (voix)		Étudiant		Compréhension		Question posée
⚡ BRUIT / INTERFÉRENCES — peut perturber chaque étape du processus								

En résumé :

- **Émetteur** : celui qui produit le message
- **Message** : l'information transmise
- **Canal** : le moyen utilisé pour transmettre le message
- **Récepteur** : celui qui reçoit et interprète le message
- **Effet** : l'impact du message sur le récepteur
- **Feedback** : la réponse du récepteur
- **Bruit** : tout ce qui perturbe la communication

II. Caractéristiques de la communication

La communication possède plusieurs caractéristiques importantes.

1. Elle est un processus social

La communication permet aux individus de vivre ensemble et d'échanger dans la société.

2. Elle est interactive

La communication implique toujours **au moins deux participants** qui échangent des messages.

3. Elle est symbolique

Les messages sont transmis grâce à des symboles : mots, images, gestes.

4. Elle est contextuelle

La communication dépend du contexte social, culturel et situationnel.

5. Elle est inévitable

On ne peut pas ne pas communiquer — même le silence ou l'absence de réponse véhicule un message.

III. Fonctions de la communication

La communication remplit quatre grandes fonctions qui justifient son caractère indispensable dans la vie sociale et professionnelle :

1. Fonction informative

Elle permet de transmettre des informations et des connaissances.

2. Fonction expressive

Elle permet d'exprimer des émotions, des sentiments ou des opinions.

3. Fonction persuasive

Elle vise à influencer les opinions ou les comportements.

4. Fonction relationnelle

Elle permet d'établir, de maintenir et de renforcer les liens sociaux entre individus.

Tableau récapitulatif des fonctions de la communication :

	Fonction	Définition	Exemple
	Expressive	Elle permet d'exprimer des émotions, des sentiments ou des opinions.	<i>Un employé exprime ses inquiétudes à son responsable lors d'une réunion.</i>
	Informative	Elle permet de transmettre des informations et des connaissances	<i>Un journaliste informe le public des résultats d'une élection.</i>
	Sociale / Relationnelle	Établir, maintenir et renforcer les liens sociaux entre individus.	<i>Deux collègues discutent autour d'un café pour maintenir une bonne entente.</i>
	Persuasive / Injonctive	Influencer le comportement ou les attitudes du récepteur.	<i>Une publicité incite le consommateur à acheter un nouveau produit.</i>

IV. Les objectifs de la communication

La communication poursuit plusieurs objectifs selon les acteurs impliqués.

1. Du point de vue de l'émetteur

L'émetteur communique généralement pour :

- Informer et expliquer
- Convaincre et influencer
- Donner des instructions et partager une idée

Exemple : un professeur communique pour **transmettre des connaissances**.

2. Du point de vue du récepteur

Le récepteur cherche généralement à :

- Comprendre le message
- Acquérir une information ou apprendre quelque chose
- Réagir ou donner une réponse

Exemple : un étudiant écoute un cours pour **apprendre et comprendre**.

3. Objectifs du message

Le message vise souvent à : transmettre une information, modifier une attitude, susciter une réaction, provoquer une action.

4. Objectifs généraux de la communication

De manière globale, la communication vise à :

- Faciliter l'échange d'informations
- Renforcer les relations sociales
- Transmettre la culture et les valeurs

Conclusion

En définitive, la communication est bien plus qu'un simple échange d'informations : elle constitue le fondement de toute relation humaine et sociale, reposant sur l'interaction harmonieuse de ses éléments constitutifs, émetteur, message, canal, récepteur, effet, feedback et bruit.

Références bibliographiques

- [1] JAKOBSON, Roman. (1963). Essais de linguistique générale. Paris : Les Éditions de Minuit. (Chapitre : « Linguistique et poétique »).
- [2] SHANNON, Claude E. & WEAVER, Warren. (1949). The Mathematical Theory of Communication. Urbana : University of Illinois Press.
- [3] WINKIN, Yves. (1981). La Nouvelle Communication. Paris : Éditions du Seuil. (Collection « Points »).
- [4] MUCCHIELLI, Alex. (2004). Les Sciences de l'information et de la communication. Paris : Hachette Supérieur.
- [5] WATZLAWICK, Paul, BEAVIN, Janet H. & JACKSON, Don D. (1967). Pragmatics of Human Communication: A Study of Interactional Patterns, Pathologies, and Paradoxes. New York : W.W. Norton & Company.
- [6] LASSWELL, Harold D. (1948). « The Structure and Function of Communication in Society », in BRYSON, L. (éd.), The Communication of Ideas. New York : Harper & Brothers, pp. 37–51.