

# **La communication : Introduction générale**

---

*Mme Nadia Benelazmia  
Professeure de communication  
L'E.S.T. Meknès*

# Introduction :

---

- ❑ **L'histoire de la communication est aussi ancienne que l'histoire de l'humanité. Depuis les origines, l'homme a toujours tenté de vaincre les distances et de mettre en place une transmission rapide de l'information .**
- ❑ **Grâce à tous les moyens de communication, la Terre est actuellement un village planétaire. La transmission de l'information est de plus en plus rapide.**
- ❑ **Cependant, malgré le fait que nous disposons de toutes ces techniques et ces moyens, la société moderne, à l'époque de la mondialisation, connaît une crise au niveau de la communication.**

## **Introduction (suite)**

---

- ❑ Or, il est vrai que les moyens de communication se sont largement développés; mais les moyens de non-communication aussi .**
- ❑ Avant, on se rassemblait pour regarder la TV en famille. Maintenant, chacun possède son propre téléphone portable et donc chacun regarde son propre programme.**

## **Introduction ( suite )**

---

**□ Ainsi, d'après Robert Lalond :**

**«Ce n'est pas qu'on ne communique pas assez, mais on communique trop et mal».**

**□ Alors il est légitime de se poser la question:**

**Qu'est-ce que communiquer ?**

# I- La Communication : définition

---

- ❑ Etymologiquement, le terme **communication** vient du latin «**communicare**» qui signifie «**mettre en commun**».
- ❑ La **communication** est le processus du partage d'un message (une **connaissance**, une **émotion**, une **identité**, une **culture...**) et de créer une relation de dialogue.

# I- La Communication : définition

---

- ❑ **La communication paraît au premier abord simple, mais elle est complexe.**
- ❑ **Elle est basée sur l'échange entre un émetteur et un récepteur qui sont deux humains complexes, insérés dans un contexte à un instant donné, dans un lieu, dans le cadre d'une situation spécifique.**

## **I- La Communication : définition**

---

- ❑ La communication est un processus de partage de sens par l'interprétation réciproque de signes...**
- ❑ La communication concerne aussi bien l'homme que l'animal et la machine.**
- ❑ C'est un acte au cours duquel un individu « émetteur » traduit un message; qu'il adresse par le canal qui lui paraît le plus approprié, à un autre individu « récepteur ».**

# I- La définition de la communication

---

□ **D'après Carl Rogers (2005):**

**«Tout être est une île, au sens le plus réel du mot, et il ne peut construire un pont pour communiquer avec d'autres îles que s'il est prêt à être lui-même et s'il lui est permis de l'être.»**

□ **La communication a des supports variés : elle est verbale et non verbale.**

## **II-Les modes de communication:**

---

### **2- 1 La communication verbale :**

- La communication verbale ou orale est la communication exprimée par la parole.**
- Elle est faite de signes linguistiques qui constituent le langage : mots, phrases qui permettent d'exprimer à l'autre des idées, des pensées, de lui faire passer un message, d'entrer en relation avec lui.**
- On parle d'un message/codage qui part d'un émetteur et va vers un récepteur.**

## 2- 1 La communication verbale :

---

- **La façon d'encoder comme de décoder le message dépend de l'émetteur comme du récepteur (tempérament, humeur du moment, valeurs...) et du contexte :**

**« Entre ce que je pense, ce que je veux dire, ce que je crois dire, ce que je dis, ce que vous avez envie d'entendre, ce que vous croyez entendre, ce que vous entendez, ce que vous avez envie de comprendre, ce que vous croyez comprendre, ce que vous comprenez, il y a dix possibilités qu'on ait des difficultés à communiquer. Mais essayons quand même... » [Carl Rogers].**

---

**□ Toutefois la communication ne se limite pas qu'à la communication verbale, elle est aussi non verbale.**

## 2-2 La communication non verbale

---

- ❑ **La communication non verbale c'est le fait d'envoyer et de recevoir des messages sans passer par la parole.**
- ❑ **Elle est basée sur la compréhension implicite des signes non exprimés verbalement.**
- ❑ **En l'absence de parole, cette communication non verbale peut être encore plus expressive que les mots. Par exemple :**

**prendre dans ses mains les mains d'un ami triste.**

## 2-2 La communication non verbale

---

**On fait la distinction entre deux types:**

- ❖ **Langage du corps** : mimiques, grimaces, regards, gestes et aussi choix vestimentaires, couleurs, coiffure, maquillage, odeurs...
- ❖ **Langage des lieux**: musique, décoration intérieure, ordre, propreté, animaux de compagnie...

## **□ Pour Laurent Muchielli :**

---

**«On ne peut pas ne pas communiquer (...).  
Que l'on se taise ou que l'on parle, tout est  
communication. Nos gestes, notre posture,  
nos mimiques, notre façon d'être, notre  
façon de dire, notre façon de ne pas dire,  
toutes ces choses " parlent " à notre  
récepteur. »**

## **En somme:**

- La communication a une grande importance dans nos vies.**
- 

**D'après Jacques Salomé, la communication fait partie des 6 besoins relationnels fondamentaux de l'homme à savoir :**

- ✓ **Besoin de se dire,**
- ✓ **Besoin d'être entendu,**
- ✓ **Besoin d'être reconnu,**
- ✓ **Besoin d'être valorisé,**
- ✓ **Besoin d'intimité et**
- ✓ **Besoin d'exercer une influence sur nos proches.**

### **III- Les objectifs de la communication :**

---

- ❑ **Toute communication fixe la nature de la relation que l'on entend avoir avec son interlocuteur (hiérarchiques, égalitaires, intimes, distantes, consensuelles ou conflictuelles) et fixe des objectifs à atteindre.**
- ❖ **On communique pour affirmer son identité, se positionner et se faire reconnaître dans cette position.**
- ❖ **On communique pour influencer et manipuler...**

---

❑ **En effet, dans toute stratégie de communication, il est nécessaire de savoir pour quelles raisons l'on communique et dans quel but.**

❑ **Dans le cas par exemple de l'entreprise, selon Jean-Marc DÉCAUDIN :**

**« les objectifs de la communication se déterminent en fonction des capacités spécifiques de la variable communication du marketing mix ».**

---

□ Ainsi, toute communication de l'entreprise avec le consommateur a pour objectifs :

❖ **Faire connaître** : objectifs cognitifs.

❖ **Faire aimer et/ou apprécier** : objectifs affectifs.

❖ **Faire agir, acheter** : objectifs conatifs.

## **3- 1 Les objectifs cognitifs :**

---

- Leur but est d'informer en transmettant une information à un tiers et de faire percevoir un message aux consommateurs afin qu'ils le mémorisent.**

**Exemple: faire connaître un nouveau produit / marque ou une promotion de ventes.**

## 3-2 Les objectifs affectifs :

---

❑ **D'après A. KEMPF et J. M. UTARD (1992, p.615)**  
**l'objectif affectif fait référence à :**

**«La représentation psychologique ou symbolique du produit ou de la marque dans l'esprit du consommateur ».**

❑ **Les objectifs affectifs, permettent à une entreprise de se donner une image meilleure et à la véhiculer afin de se faire apprécier par ses clients.**

### 3-3 Les objectifs conatifs :

---

- ❑ **Ces objectifs sont basés sur les comportements de consommation, et ils ont pour but de faire réagir les consommateurs, voire de modifier leur comportement dans le but d'accroître les ventes d'un produit.**

**«Communiquer, c'est transmettre les informations, dans le but d'obtenir de la part du destinataire une modification de comportement ou d'attitude».**

**J-P HELFER et J. ORSONI (2003, P. 90) :**

# Conclusion :

---

**Pour réussir toute communication, il faut:**

- ❖ **une volonté partagée de communiquer,**
- ❖ **l'authenticité et,**
- ❖ **l'acceptation de l'autre, sans faire de scénarios pour le changer.**

# La perception de la réalité (Exercice )



## La perception de la réalité :

---

- ❑ **Qu'est-ce qui fait que l'on ne voit pas les objets d'une façon objective ? Pas de la même façon que d'autres ?**
- ❑ **On peut donc en déduire qu'il peut être difficile de communiquer avec une personne qui ne voit pas, en toute bonne foi, la même chose que nous.**

## **La perception de la réalité (suite):**

---

- On peut alors essayer d'expliquer la ou les raisons de cette divergence :**
  - ❖ **la culture,**
  - ❖ **l'éducation la personnalité,**
  - ❖ **l'âge,**
  - ❖ **le groupe de travail, de loisir,**
  - ❖ **l'expérience, la classe sociale...**
- En fait, tout ce qui constitue notre système de référence.**

- 
- La réalité passe à travers de nombreux filtres et nous ne sommes jamais objectifs ;**
  - Nous n'avons que des représentations de la réalité .**

---

*Merci de votre attention*