**Сours 1:** L`objet d`études de la théorie de communication verbale.

Les types de communication

***Christian Bayon et Xavier Mignot «La Communication» (éd. Nathan, 1999):***

Comme la plupart des mots d’une langue, le verbe *communiquer* et le nom *communication,* qui en est dérivé, sont l’un et l’autre polysémiques, c’est-à-dire qu’ils comportent une pluralité de significations. On rencontre ainsi d’emblée une dif­ficulté majeure pour quiconque traite de communication: il n’a pas affaire à une opération bien déterminée, mais à une multitude d’opérations dont la res­semblance finit par devenir incertaine.

A la limite, le terme s’applique à toute espèce de mise en relation, il perd sa spécificité. Aussi allons-nous procéder à une rapide analyse sémantique, pour voir ce qu’il en est dans ses divers emplois.

Voici trois exemples de phrases dans lesquelles figure le substantif :

1. Combien coûte une *communication* téléphonique avec Paris ?
2. Dans cette région, les *communications* sont faciles.
3. On devrait établir une *communication* entre ces deux pièces.

Dans l’exemple (3), il s’agit d’un passage tel que porte ou couloir, ainsi désigné parce qu’il permet d’aller d’une pièce à l’autre, autrement dit de se dépla­cer. On pensera au fameux principe des vases communicants, où le déplace­ment est celui de liquides et non plus de personnes.

Dans l’exemple (2), *communications* fait surtout référence aux transports, donc toujours aux déplace­ments des personnes ou des choses, mais cette fois-ci aux déplacements à grande distance, qui ne sont guère possibles sans un réseau de voies dites justement de communication et sans des véhicules pour les parcourir ; *communications* est alors plus ou moins synonyme de *moyens de transport,* au sens large (routes et voi­tures, chemins de fer, aéroports et avions, etc.).

L’exemple (1), lui, vise une opération qui ne consiste pas tant à mettre en rapport deux personnes éloignées qu’à utiliser un appareillage, moyennant finances. Il n’y a plus de déplacement d’êtres ou de choses, seulement un transfert de signaux.

Dans ces emplois bien divers, le noyau sémantique qui se retrouve partout doit être ***l’idée de réunir ce qui de soi est séparé***. Mais c’est bien vague, sans doute trop.

Parmi toutes les possibilités ainsi ouvertes et, comme on vient de le voir, effectivement utilisées, il faut mettre un peu d’ordre.

Par **communiquer** et **communication,** nous entendrons proprement la mise en rela­tion des esprits humains ou, si l’on préfère, des cerveaux humains.

Les domaines, voisins ou éloignés, qui peuvent être désignés par les mêmes termes ne seront envisagés que dans la mesure où, soit *a contrario,* soit par analogie, ils renseigneront sur la communication définie, déjà très largement, comme nous venons de le faire.

**FINALITÉ DE LA COMMUNICATION**

On soutiendra que ces restrictions ne font, du point de vue qui est le nôtre, rien oublier d’essentiel. Quand un mot est à la mode, comme celui de communica­tion, quand les activités ou les événements qu’il représente se multiplient, son sens tend à s’élargir à raison même de la faveur dont il jouit. Ainsi les hommes politiques, les chefs d’industrie, voire les artistes connus et en général toute per­sonne dont la carrière dépend plus ou moins de l’opinion que le public se fait d’elle, n’hésitent pas à s’assurer les services de spécialistes appelés *conseils en com­munication.* Il faut comprendre, ***par communication, la transmission d’une «image», qui s’effectue essentiellement par les médias.***

Naturellement, il faut que cette image, autrement dit la représentation qu’on se fait de la personne en cause, soit à la fois forte et favorable (ce qui n’est pas la même chose), sinon on dira que l’individu en cause «passe mal», qu’il «communique mal». Son image n’est pas celle qu’il souhaite donner. Au lieu de la laisser ainsi au hasard, il a tout intérêt à la renforcer et à la rendre positive, si elle ne l’est déjà.

Or elle dépend d’une multiplicité de facteurs, notamment de l’habillement, de l’aspect physique, du timbre de la voix, éléments qui ont souvent peu à voir avec la personnalité réelle. On prétend que Jacques Chirac donne de lui deux images entièrement différentes, selon qu’il est en privé ou qu’il se trouve devant les médias. Si c’est vrai, son cas n’est certainement pas unique. Mais c’est dans la mesure où cette image est voulue, soit par la personne elle-même, soit par ses mandataires, qu’on parle au sens fort de communication. La communica­tion dont il s’agit a alors un caractère **intentionnel,** elle est finalisée.

Il reste entendu que les processus de communication intentionnelle sont favo­risés ou entravés par des facteurs qui ne dépendent pas forcément de la volonté du communiquant, mais dont il faut faire état. Si Ronald Reagan, souvent appelé « le grand communicateur », réussissait si bien à faire comprendre et accepter par les Américains les messages qu’il leur transmettait, ce n’était pas seulement une question d’intention. En cette matière comme en bien d’autres, il ne suffit pas de vouloir pour pouvoir.

L’étude de la communication englobe donc celle de ses conditions de réussite, ou d’échec. De plus, il n’est pas question de refu­ser le nom de communication à l’échange d’informations avec autrui dans lequel tout être humain est engagé, même quand cet échange n’est pas intentionnel. Ce n’est cependant qu’un sens élargi du mot.

**Les types de communication**

Il existe 2 types essentiels de communication:

* la communication verbale,
* la communication non verbale

La communication verbale sous-tend une communication de type langagier. La communication verbale est une forme d’interaction qui engage: on achète, on promet, on passe un contrat, etc.

Pourtant il y a de nombreuses autres formes d’interaction entre l’homme et son environnement : l’humain ne semble marquer une préférence pour le langage que lorsqu’il communique avec son semblable (parfois aussi avec certains animaux domestiques).

Par la langue il construit des ordres, transmet des informations, formule des raisonnements, coordonne ses actions et rythme ses efforts (chants de marin, par exemple). Il dispose par ailleurs de plusieurs modalités sensorielles qu’il utilise de manière redondante ou complémentaire avec la parole. La multimodalité, naturelle chez l’homme, semble donc être au service *d’un* langage plutôt que *du* langage. Ce “langage” est un ensemble de moyens mis au service de l’action.

**Le verbal:** Ce sont les mots et leur sens. Autrement dit, c'est la sémantique. Contrairement à toute attente, celle-ci ne représente que **10%** environ de la transmission du sens du message.

**Le non verbal :**Les **90%** restant sont assurés par le non verbal représenté pour une grosse moitié par les **gestes et les mimiques**et pour une petite moitié par l'**intonation de la voix**. **La façon de dire modifie considérablement le sens des mots.** Par exemple quand quelqu'un nous fait une remarque, le simple mot "merci" que nous lui retournons peut, selon le ton, être un signe de gratitude (quand la remarque était agréable)... ou un air de dire "toi tu perds rien pour attendre!" (quand la remarque était très déplaisante). Le même mot revêt culturellement plusieurs sens selon le non verbal qui l'accompagne.

**Reste encore le "non dit" qu'il faut différencier du non verbal**. Celui-ci définit **un** **ressenti qui n'est pas dit du tout (ni en verbal ni en non verbal)**et qui n'est souvent même pas conscient. C'est là que se trouve la vraie cause des comportements. Par exemple **une formulation verbale courtoise**(façade sociale) peut s'accompagner de**reproches ou de colère non verbale**(quand l'autre nous exaspère). Cette colère, en réalité, est**causée par un malaise personnel non dit**qui n'est avoué ni à l'autre ni à soi-même.

Contrôler le non verbal est illusoire:Le non verbal inclut des paramètres comme le diamètre des pupilles, les variations de couleur de la peau, les odeurs corporelles, d'infimes variations du rythme verbal, respiratoire, du regard... il n'est donc jamais totalement contrôlable.

Il est illusoire de croire qu'il se restreint à quelques attitudes simples telles que le regard ou que le croisement des bras ou des jambes.**Il est un reflet multiple de ce qu'on pense.**Pour l'améliorer, le meilleur moyen est de**penser différemment et d'être authentique.**

**L'authenticité existe spontanément quand on augmente sa lucidité.**Une plus grande lucidité nous amène à penser différemment à propos de notre interlocuteur qui, contrairement à ce qu'on croit,gagne toujours à être connu.

**Quand le verbal et le non verbal sont en correspondance,**l'échange d'information est beaucoup plus performant. On parle alors de **congruence.**C'est le cas dans la**communication.**

**Quand le verbal et le non verbal divergent,**l'information subit beaucoup de distorsions. Elle est mal transmise. C'est le cas de la **relation.**

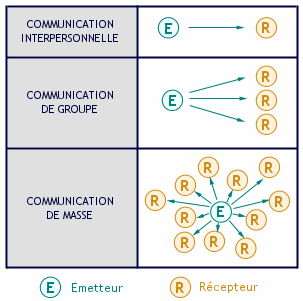
**Les formes de communication**

On peut distinguer trois formes de communication :

**- la communication interpersonnelle** qui met en relation deux individus.  
**Exemple :** deux amis discutent du dernier film sorti au cinéma.

**- La communication de groupe** qui met en relation plusieurs individus.  
**Exemple :** le professeur annonce à ses élèves la date du prochain devoir.

**- La communication de masse** qui est un ensemble de techniques qui permettent à un acteur de s’adresser à un public nombreux.  
**Exemple :** les diverses publicités des entreprises.  
(Les principaux moyens de communication de masse sont la télévision, la radio, la presse, l’affichage, le cinéma, Internet). 



**Les composantes de la communication**

Toute communication induit des composantes de la communication.  
Les principales composantes sont :  
**les acteurs :** **l’émetteur** (celui qui transmet un message) et **le récepteur** (celui qui reçoit le message**).**

*Communiquer* consiste donc, en première approximation, à faire passer des infor­mations sur ce que l’on a dans l’esprit. A dessein, l’expression «avoir dans l’esprit» reste vague; ainsi correspond-elle à la totalité des phénomènes psycho­logiques, mal connus et mal classés, sur lesquels le ***communicateur****,* celui dont part la communication — on dit volontiers ***émetteur*** —, renseigne autrui:

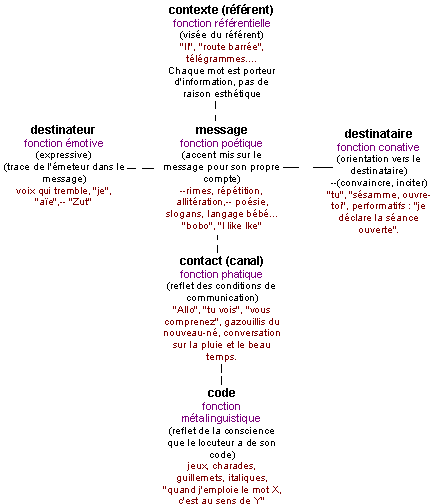
* connais­sances,
* souvenirs,
* images,
* jugements,
* désirs,
* sentiments, etc.

C’est dire la variété de ce que l’on peut communiquer. Il n’est pas question d’en dresser une liste, mais seulement d’envisager les moyens dont on fait usage dans la communica­tion, et spécialement dans la communication linguistique.

Plaçons-nous maintenant du point de vue du ***destinataire (ou récepteur)***, de celui qui reçoit les informations données par un communicateur. Sans elles, il n’est guère possible de savoir ce qui se passe dans l’esprit des autres.

Du comportement qu’ils ont, on peut seulement déduire certaines informations, par exemple qu’ils sont en colère ou, si on les connaît bien, si leur conduite enchaîne une série d’actes habituels, qu’ils ont l’intention de faire telle ou telle chose. Ainsi, quand on voit une femme, aux alentours de midi, pénétrer dans sa cui­sine, ouvrir le réfrigérateur, en sortir des aliments, on pensera qu’elle se dis­pose à préparer le repas.

**SCHÉMA DE LA COMMUNICATION : Roman Jakobson (1963)**



Les enjeux de la communication

L’enjeu représente ce que chaque acteur de la communication cherche à gagner dans la situation de communication. Il existe plusieurs types d’enjeux :  
\* **L’enjeu informatif** : transmettre une information  
\* **L’enjeu identitaire** : exprimer son identité  
\* **L’enjeu d’influence** : agir sur l’autre pour changer ses idées ou ses agissements

\* **L’enjeu relationnel** : créer ou consolider une relation

**Questions de contrôle**

1. Qu`est-ce que c`est la communication ?
2. Quelle est la finalité de la communication ?
3. Quels sont les types de la communication ? Caractérisez-les.
4. Quelles sont les formes de communication ? Donnez des exemples.
5. Quelles sont les composantes de la communication ? Caractérisez-les.
6. Quels sont les enjeux des acteurs de la communication ?

**Devoir pratique**

1. Lisez les pages 13-18 dans Arcand «La communication efficace» et faites les exercices A, B à la page 29.

**Littérature**

Селіванова О.О. Сучасна лінгвістика: напрями та проблеми. Полтава : Довкілля-К, 2008. С. 550-567.