**Sciences de la communication**

1. **Essai de définition**

Il s’agit d’actions et moyens techniques par lesquels on établit un lien, un rapport, une relation avec quelqu'un, ou de mettre quelque chose en commun avec un individu ou une communauté, et résultat de cette action. Sur le plan étymologique, communiquer signifie rendre commun.

Pour Abraham Moles la communication est :

I' « *action de faire participer un organisme ou un système situé en un point donné R aux stimuli et aux expériences de l'environnement d'un autre individu ou système situé en un autre lieu et à une autre époque E, en utilisant les éléments de connaissance qu'ils ont en commun* ».[[1]](#footnote-2)

De même, Sperber et Wilson font observer que

« *d'Aristote aux sémioticiens modernes, toutes les théories de la communication ont été fondées sur un seul et même modèle, que nous appellerons modèle du code. Selon ce modèle, communiquer, c'est coder et décoder des messages* »[[2]](#footnote-3) .

Par ailleurs , dans le domaine de la gestion des entreprises et des organisations, la communication désigne

« *l'ensemble des actions entreprises en vue de donner la meilleure image de cette entreprise ou de cette organisation, d'accéder à une certaine notoriété, faire connaître les produits et les activités de l'organisation pour développer éventuellement (pour la communication commerciale des entreprises) les parts de marché, de motiver et mobiliser les hommes de l'organisation*. »

**2. Les axes de la communication**

Les plus importants axes dans le schéma ou modèle cano­nique de la communication sont l'émetteur et le récepteur. Selon Jakobson, l'émetteur est le destinateur**,** le récepteur désigne le destinataire. Mais dans certaines communications réelles « *il est possible de distinguer trois catégories, de part et d'autre de la voie de transmission : d'une part la source, le codeur et l'émetteur et, d'autre part, le récepteur, le décodeur et le destinataire* »[[3]](#footnote-4)

Le canal est alors l'ensemble compris entre la source et le destinataire, la voie désignant uniquement ce qui relie l'émetteur au récepteur. Autrement dit, la source, le destinateur et le codeur sont confondus, tel que le décodeur, le récepteur et le destinataire.

L’émetteur garantie le ***codage***(ou encodage) du message selon de la nature du canal, de son propre **répertoire**de signes et de notions. Dans la communication bidirectionnelle, le récepteur peut devenir émetteur et vice versa. A cet effet, un ***effet de rétroaction***(*feed-back*) permettra à l’émetteur d'ajuster son répertoire pour un meilleur échange.

Un message ou un énoncé dans la communication est en même temps un contenu et une indication sur la nature de la relation existante entre le destinateur et le destinataire. Pour que la communication réussisse, il faut que chaque acteur soit d’accord sur le type de la relation.

1. **Le canal**

Il se peut que le canal soit physiologique directement ou indirectement par le passage par un canal technique (tactile, auditif, visuel). Le canal technique peut être :

1. sonore (téléphone, radiodif­fusion, magnétophone
2. visuel (photographie, livre, journaux, panneau, tableau, etc.)
3. audiovisuel (télévi­sion, cinéma, vidéodisque, etc.).
4. **Les comportements communicatifs**

Yves Winkin propose de classer les comportements communicatifs en six grandes catégories[[4]](#footnote-5):

* ***Le comportement verbal***
  + *linguistique*
  + *paralinguistique*
* ***Le comportement kinésique***
  + *mouvements corporels y compris /'“expression" faciale*
  + *éléments provenant du système neuro-végé­tatif comprenant ta coloration de la peau, la dilata­tion de la pupille (...)*
  + *la posture*
  + *les bruits corporels*
* ***Le comportement tactile***
* ***Le comportement territorial ou proxémique***
* ***D'autres comportements communicatifs (peu étudiés), par exemple, l'émission d'odeurs***
* ***Le comportent vestimentaire, cosmétique, orne­mental, etc.* »**

1. **Le cadre communicatif** :

Il se peut que la communication soit produite dans la famille, à l'école, dans des entreprises ou toute autre organisme social (une réunion) etc.(proposer aux étudiants de produire quelques situations de communication selon un contexte précis)

1. **Les fonctions de la communication** :

Roman ***Jakobson*** précise six fonctions du langage:

* La **fonction expressive :** il s’agit principalement d’exprimer des émotions, elle est centrée sur l'émetteur. Comme les messages personnels dans un journal intime.
* La ***fonction conative***: c’est le fait d’influencer sur le comportement du récepteur, elle est centrée sur le récepteur lui-même. Comme par exemple le cas des publicités, les propagandes.
* La **fonction référentielle :** Décrire la réalité dont il est question**.**
* La **fonction phatique :** s’assurer de la communication à partir d’un signe entre l'émetteur et le récepteur, comme le *allô* quand on décroche le téléphone ou les trois coups au théâtre avant le lever du rideau,
* la**fonction métalinguistique :** Décrire le code linguistique dont on se sert.

1. Abraham Moles ,*Théorie structurale de la communication et société*, éditions Masson, Paris, 2e édition, 1988 [↑](#footnote-ref-2)
2. Sperber et Wilson , *La Pertinence, Communication et cognition*, Paris, éditions de Minuit, 1989 [↑](#footnote-ref-3)
3. Claude Shannon [↑](#footnote-ref-4)
4. Yves Winkin , La *nouvelle communication,* Seuil, 1981, p. 147 [↑](#footnote-ref-5)