

# Les types, les composantes et les enjeux de la communication

**Objectif** : quels sont les types, les composantes et les enjeux de la communication ?

La communication se définit comme l'action d'échanger, de mettre en commun des informations ou des messages pour les transmettre et créer une relation entre individus.

## 1. Les types 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.

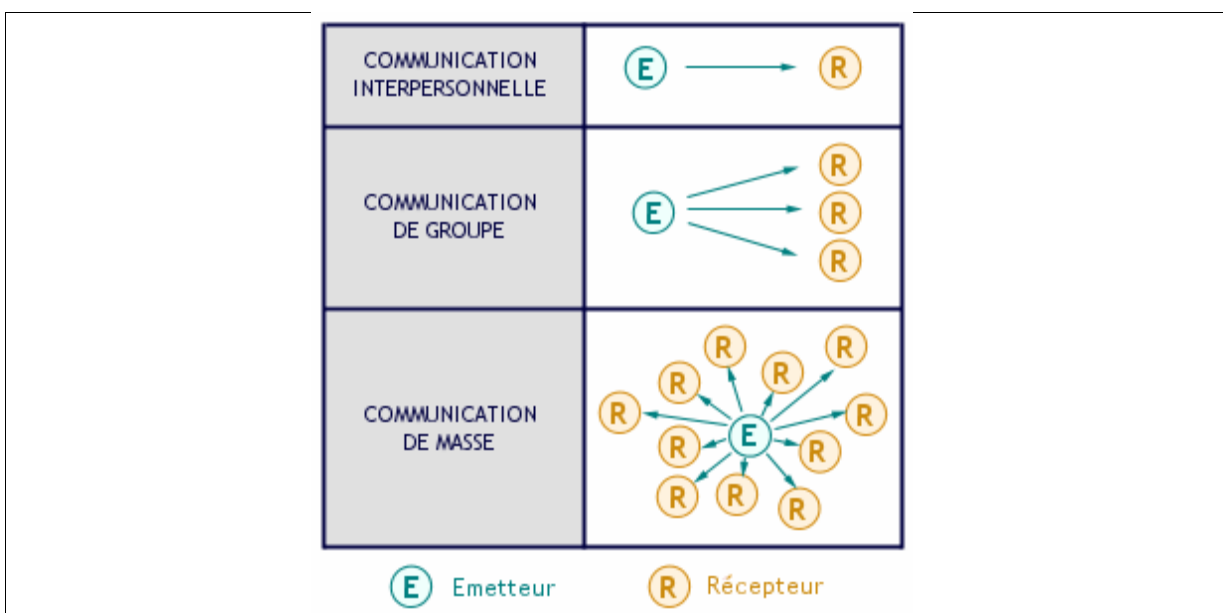
- **La communication de groupe** qui met en relation plusieurs individus.

**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.

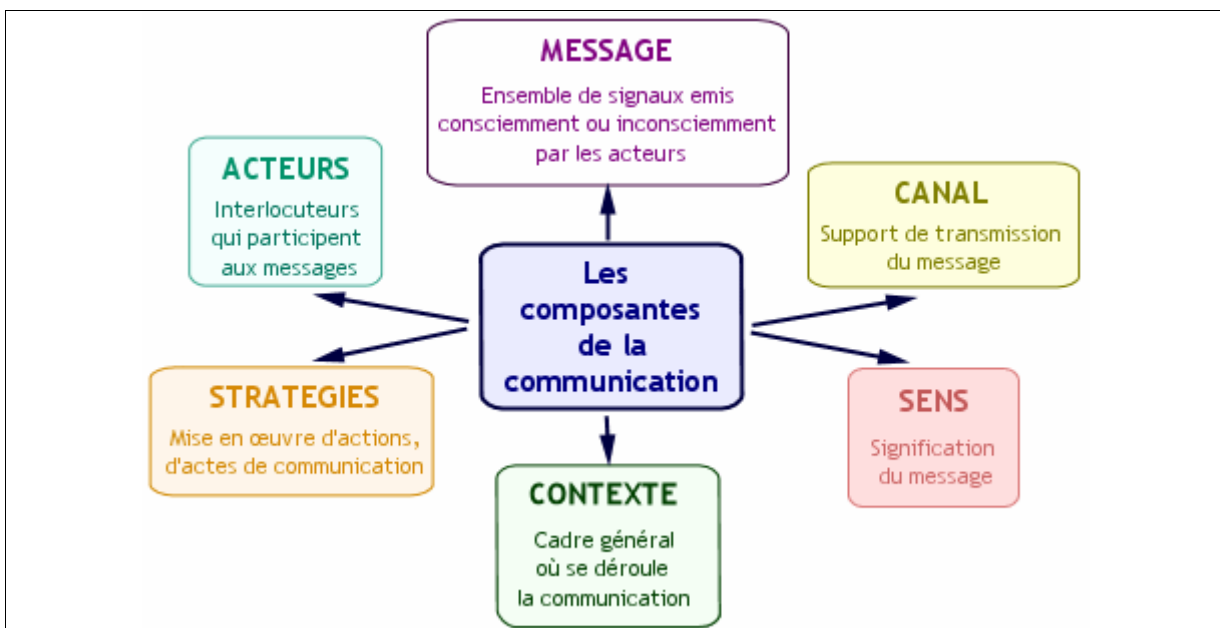
(Les principaux moyens de communication de masse sont la télévision, la radio, la presse, l'affichage, le cinéma, Internet).



## 2. 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) ; ces interlocuteurs échangent, partagent des informations.
- **Le message** : c'est **l'information** transmise au cours d'une communication.
- **Le canal** : c'est le **moyen** utilisé par l'émetteur pour **transmettre l'information** (face à face, téléphone, courrier...).
- **Le sens** du message dont la **signification** est donnée par les acteurs de la communication.
- **Le contexte** : **cadre** dans lequel se déroule la communication. On distingue contexte spatial (lieu où se déroule la communication) et contexte temporel (moment où se déroule la communication).
- **Les stratégies** : **conscientes ou inconscientes**, ce sont les **attitudes** et **comportements** adoptés par les acteurs en fonction d'un but à atteindre.



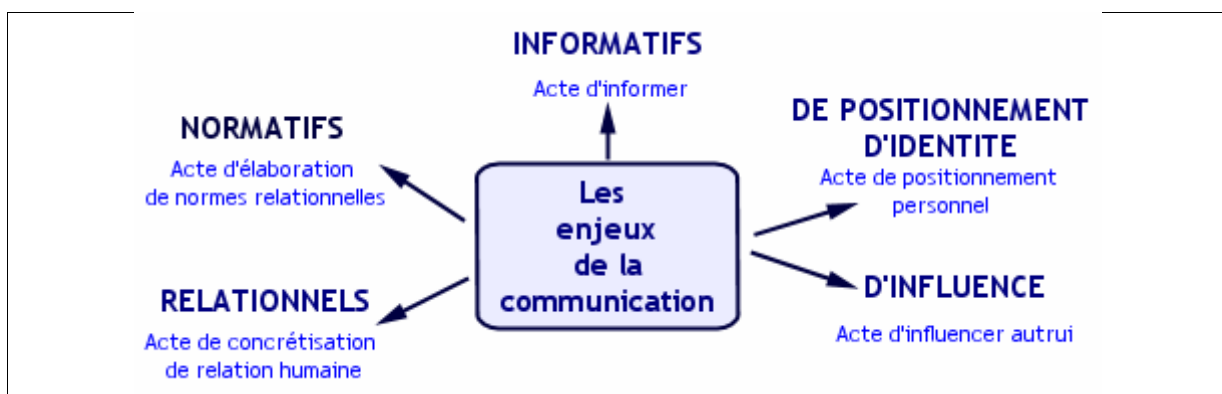
## 3. Les enjeux de la communication

Communiquer ne consiste pas seulement à transmettre un message dans le seul but d'informer mais, aussi, à mettre en commun des significations quel que soit le type de communication.

**Alex Mucchielli**, professeur de sciences de l'information et de la

communication, a publié de nombreux ouvrages. Il définit notamment cinq types d'enjeux de la communication :

- **les enjeux informatifs** : la communication est un **acte d'information** ;
- **Les enjeux de positionnement d'identité** : communiquer, c'est **se positionner** par rapport à l'autre ;
- **Les enjeux d'influence** : communiquer, c'est faire preuve d' « **influence** » sur autrui ;
- **Les enjeux relationnels** : communiquer, est un acte de concrétisation de la **relation humaine** ;
- **Les enjeux normatifs** : communiquer, c'est **proposer un ensemble de normes**, de règles qui vont soutenir les échanges.



## L'essentiel

La communication est un **acte d'information**. Elle peut revêtir **différentes formes** selon le nombre d'individus prenant part à la communication (communication interpersonnelle, de groupe ou de masse). Un acte de communication nécessite de regrouper **différentes composantes** (des acteurs, un message, un canal, un sens, un contexte, des stratégies). Enfin, **toute communication présente un enjeu** connu principalement de l'émetteur qui est à l'origine de cette communication.