

THEORIE DE L'INFORMATION ET DE LA COMMUNICATION

I.	Théories de la communication	2
A.	Théorie de l'information et du modèle cybernétique.....	2
B.	Modèle psycholinguistique	2
C.	Modèle systémique.....	3
II.	Les processus de la communication	4
A.	Réseau et structure de communication dans le groupe	4
B.	Communication non verbale	5
C.	L'écoute	5
D.	La rumeur	5
E.	Enjeux psychosociaux de la communication.....	6
III.	L'organisation comme système d communication.....	6
A.	Les modèles d'organisation	6
1.	Taylor (1850-1930)	6
2.	Courant des relations humaines.....	6
3.	Courant de la contingence (1960-1970).....	7
4.	Courant de l'analyse stratégique des organisations.	7
B.	L'organisation comme système de communication.....	7
C.	La communication d'entreprise	7
D.	Les NTIC.....	8

Information = contenu d'un message, acte de transmettre un message

Communication = Transmission d'un message puis écoute du retour en vue d'une éventuelle transformation. Relation, Echange

Petit Robert:

Information : Action de transmettre des infos ou contenu de la transmission.

Ethymo. donner une forme, façonner.

Communication : Ethymo. COM = ensemble. Mettre en commun, débattre

Action d'établir une relation. Chose que l'on communique. Moyen technique pour entrer en relation (moyen de C. Mode de C., Canaux de C.)

Psychosociologie :

ANZIEU et MARTIN: A la fin d'une action d'information, il y a réduction du désordre. La communication crée du désordre (le message est brouillé)

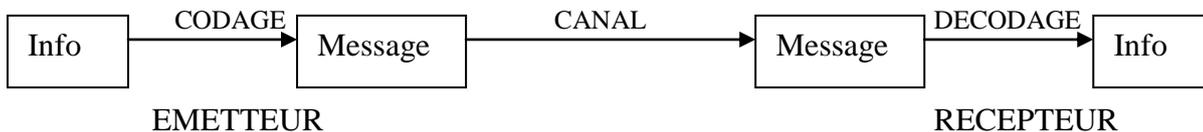
I. Théories de la communication

3 grandes théories dans l'ordre chronologique.

A. *Théorie de l'information et du modèle cybernétique.*

Années 50 : C. SHANNON et W. WEAVER mathématiciens qui décrivent une théorie de l'information à partir des transmissions télégraphiques.

Description de l'information de manière linéaire (émetteur =>canal=>récepteur) Avec l'objectif que l'information arrive le moins déformée possible => d'où série de procédures obligatoires.



Le CODAGE : Transformation de l'information en message = en un langage compréhensible par le récepteur (= code adapté)

Le Canal sert à faire passer le message (=moment, endroit d'affichage...)

La réception et le décodage du message en une information compréhensible par le récepteur

Notion de bruit au niveau du canal = brouillage.

N. WIENER rajoute la notion de feed-back : on peut avoir le retour de ce que le récepteur a reçu comme information (+ rectification si nécessaire). => C'est le modèle CYBERNETIQUE (= système qui s'autorégule.)

On passe de l'information à la communication.

B. *Modèle psycholinguistique*

AUSTIN

Les linguistes s'intéressent au langage et les psychologues amènent la notion d'intention du langage.

Etude des conversations

Sociolinguistique, que devient le langage en fonction contexte.

Plusieurs postulats:

⇒ Le langage est utilisé pour transmettre de l'information. Si pas d'info=> Pas de langage. D'où la nécessité d'un groupe social (si isolé=> Pas de langage) et utilisation de codes en vigueur pour un groupe donné.

⇒ Les énoncés du langage (verbal ou non) sont considérés comme des actes parce qu'ils véhiculent du faire. (dire c'est faire). D'où 3 catégories d'actes du langage:

- Actes locutoires : P° de mots avec un sens
- Actes illocutoires : ce que l'on fait disant les choses (gestes mimiques ...)
- Actes perlocutoires : Effet produit sur l'autre (tient des 2 premiers). Au-delà des mots, la façon de dire (ou écrire), le sens, les gestes créent de l'effet.

⇒ Définition des règles du langage : ensemble des éléments qui concourent à la bonne réception des messages par les récepteurs. La quantité joue sur la qualité. Le type de relation préexistante entre les intervenants joue un rôle dans la qualité de réception du message. Il faut être au clair avec sa position par rapport à un auditoire.

⇒ La communication est un sujet d'interactions verbales et non verbales fait d'information qui se transforme en message, de feed-back qui font que la communication se construit au fur et à mesure qu'elle se fait. => La communication n'existe pas à priori il faut plrs personnes pour la construire dans un temps et des circonstances données.

Toute communication s'inscrit dans une structure sociale (=culture) et contribue à coconstruire la culture.

C. Modèle systémique

G. BATESON et l'école de Palo-Alto
WATZLAWICK

Principe général : La communication est un système complexe ouvert sur son environnement.

La communication est ce que les éléments qui la composent et l'environnement qui la compose.

Les éléments et le contexte agissent sur la communication.

Ces éléments sont:

- ⇒ individus
- ⇒ environnement
- ⇒ interrelations entre éléments et éléments et entre éléments et contexte

Un individu ne communique pas, il prend part à une communication.

Toute situation est communication (comportement)

La communication est un processus social permanent qui englobe des modalités variées et concomitantes (gestes, regard, paroles...) dans lequel tout comportement prend valeur de communication.

La symétrie et la complémentarité dans la communication : position symétrique (étudiant à étudiant) ou position complémentaire (étudiant à prof.)

Les positions ne sont pas figées sinon la communication ne dure pas car plus d'interrelations.

Notion de METACOMMUNICATION :

Toute communication présente 2 aspects : le contenu et la relation tels que le second englobe le premier et par suite est méta communication. C'est la relation qui se crée et qui donne sens à la communication au cours de la communication. (C'est ce qui est signifiant au-delà de la com.) = acte perlocutoire.

Très utilisé par les leaders.

Description d'aspects pathologiques de la communication:

- ⇒ l'injonction paradoxale: ordre qui porte en soi sa propre contradiction (ex.: soyez naturels, souriez...) de sorte qu'elle ne permet aucune réponse.
- ⇒ Rigidité des positions
- ⇒ "Toujours plus la même chose" : répétition d'un même message incompréhensible.

II. Les processus de la communication

Processus = construction / procédure = mode d'emploi.

A. Réseau et structure de communication dans le groupe

FLAMANT C.

Le canal de communication est le moyen matériel de transmission

Un réseau de communication est l'ensemble des canaux de communication qui existent dans une organisation. C'est qqch d'officiel, d'organisé.

Une structure de communication est constituée des échanges réels entre les participants dans le but d'effectuer une tâche. C'est plus informel. Les structures se créent à côté des réseaux quand le réseau n'est pas adapté.

Il existe plrs types de réseaux:

- ⇒ En chaîne (Tél. arabe)
- ⇒ En cercle (Tél. arabe)
- ⇒ En Y
- ⇒ En étoile. c'est le plus efficace pas de perte d'infos car indice de centralité fort.

B. Communication non verbale

Gestes, mimiques, regard, intonation, registre de voix, vêtements, silence, organisation de l'espace, distance...

HALL ("la dimension cachée") décrit 5 catégories de distances:

- ⇒ - 50 cm => distance intime
- ⇒ - 1,20 m => distance personnelle (autour d'une table, distance naturelle lorsqu'on croise quelques dans la rue
- ⇒ - 2,40 m => Distance sociale (relation professionnelle)
- ⇒ Sup. 2,40 => distance publique.

Pour certains auteurs 60 à 70% de la communication passe par le non verbal.

ATTENTION à l'absence de concordance entre le verbal et le non verbal.

C. L'écoute

Être attentif à ce que l'on entend

Acte volontaire essentiel à la communication

Se taire

Se rendre disponible avec la volonté de comprendre

Faire taire ses opinions, ses hypothèses a priori et accepter la différence.

L'EMPATHIE: volonté de compréhension de l'autre, de ce qu'il ressent, de ce qu'il dit, MAIS en gardant une attitude extérieure au ressenti

Il faut organiser un espace favorisant l'écoute.

L'écoute active: Ecoute empathique assortie d'une volonté de vérifier que l'on comprend ce que l'autre a dit.

"Ecouter une personne sans porter de jugement sur ce qu'elle dit et lui refléter ce qu'elle communique de façon à lui indiquer que nous avons bien saisi ses sentiments".

- ⇒ Ce qu'elle dit et ce qu'elle montre.

D. La rumeur

ALLPORT (1965) Affirmation générale présentée comme vraie sans qu'il y ait de données concrètes pour vérifier son exactitude.

KAPFERER : émergence et circulation dans le corps social d'une information soit non encore confirmée par les sources officielles, soit démenties par celles-ci.

Toujours issue du contexte social qui a besoin d'émotion. La rumeur y répond en apaisant les incertitudes. L'intention première n'est pas de nuire.

MORIN : « Circulation de messages imaginaires organisés selon une logique psychoaffective des lieux réels, des faits réels sur un mode fantastique. L'un et l'autre arraché de leur propre ancrage sociologique ».

3 processus consolidant la rumeur:

- ⇒ Le nivellement : l'information est colportée par un langage simple à retenir (choisi par les individus)
- ⇒ L'accentuation : Enrichissement par des détails qui prennent une place centrale
- ⇒ Assimilation : la rumeur devient le pilier central des infos suivantes.

E. Enjeux psychosociaux de la communication

P. BOURDIEUX (1992) : Tout comportement communicatif s'inscrit dans un jeu social nécessairement porteur d'enjeux.

Tout comportement de communication a des enjeux (on communique pour gagner qqch):

- ⇒ Enjeux identitaires: l'identité du communicant est la condition, l'enjeu et la résultante de la communication. (place, statut, rôle...)
- ⇒ Enjeux territoriaux: en fonction de comment on se positionne, on gagne ou on perd du terrain.
- ⇒ Enjeux relationnels: Etablir, interrompre la relation et garder la bonne distance lors de la communication
- ⇒ Recherche d'influence: Objectif +/- avoué de recherche de pouvoir, stratégie de séduction.

III. L'organisation comme système d communication

A. Les modèles d'organisation

1. Taylor (1850-1930)

Le lieu de production est fondé sur le découpage de la production en une suite de tâches élémentaires. Trois sortes d'hommes: Concepteur, Opérateur, Contrôleur:

La communication est descendante du concepteur vers l'opérateur et remontante du contrôleur. C'est de la transmission d'information seulement. Tout autre type de communication est inutile voire nuisible.

2. Courant des relations humaines

Conduites des organisations (Expérience de la Western Electric Company en 1924 => le fait de s'intéresser aux conditions de travail augmente la productivité.). La communication entre les individus à propos de travail augmente la productivité.

- ⇒ Communication à l'intérieur des groupes autorisée => cohésion augmente => augmentation production.
- ⇒ Communication des chefs pour augmenter la motivation des subordonnés
- ⇒ Place à la communication informelle

3. Courant de la contingence (1960-1970)

Une organisation ne peut pas être indépendante du milieu où elle évolue (=contexte) => communication avec le contexte => Dével. des relations publiques, communication d'Ese.

4. Courant de l'analyse stratégique des organisations.

E^{se} en tant qu'ensemble humain qui se construit au travers des ind. et des groupes qui la compose.

L'organisation construit la communication et inversement.

B. L'organisation comme système de communication.

Tout dans un groupe communique:

- La culture d'E^{se} est un système de communication (us et coutumes qui permettent de communiquer.). C'est l'identité d'E^{se} => appartenance des agents qui l'utilisent. Système maintenu en équilibre par les acteurs. La communication est capable de se réguler.
- Communication formelle : note de service, informations officiellement transmises...
- Communication informelle : qui ne servent pas directement la production.

C. La communication d'entreprise

3 finalités :

- Forger une identité et valoriser l'E^{se}
- Favorise l'émergence du management du travail (≠ gestion humaine qui s'intéresse à la production sans s'occuper des hommes)
- Participer à la modernisation de la production, des conditions et des structures de production.

≠ types :

- Communication interne : action d'information et de communication entre la hiérarchie et la production OU entre les hommes sur un même niveau hiérarchique => pour produire de la cohésion.
 - Transmission d'information (règlement objectifs, résultats, organigramme, mouvement de personnel...)
 - Communication interpersonnelle: Motivation du personnel pour une meilleure production => comité d'E^{se}, EPP, entretien de management...
- Communication externe : publicité, site Internet, sponsoring, porte ouverte lobbying communication de crise pour éviter les rumeurs)
 - Au moins trois axes de communication de crise :
 - PEC des victimes
 - Communication au public : info des faits exacts
 - Etat de la connaissance des causes de l'évènement
- Communication managériale : But= motivation du personnel et obtenir une augmentation de la production

- Communication implicite du manager (A. MUCCHIELLI) : donner un sens pour une meilleure production

D. Les NTIC

Internet, intranet, Tél. portable...

Effets + / effets-

Accès à l'information complète, immédiate et multiple, débat, discussion à distance, achat, pub. en ligne

MAIS : Disparition des frontières entre travail et personnes, augmentation des exigences, individualisation, solitude, contrôle de tout à tout moment...