

CNSTC 1.1 – La théorie de la communication

Contenu

| | |
|--|---|
| Pourquoi l'étudier ? | 1 |
| 1 – Qu'est-ce que la « communication » ? | 2 |
| 2 – Quels sont les enjeux de la communication ? | 2 |
| 3 – Quelles sont les composantes de la communication ? | 3 |
| 3.1 – Selon Hanna Azaïz, Directrice de Projet, Agence Acquisition Strategy | 3 |
| 3.2 – Selon Julien Godineau, professeur au Lycée Choiseul, Tours..... | 4 |
| 3.3 – La synthèse de la classe | 5 |
| 4 – Les registres de langage..... | 6 |

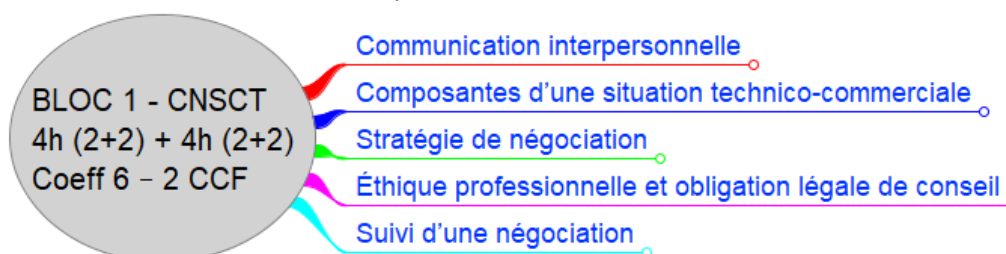
- En *italiques*, les citations du programme
- En **encadré**, les définitions importantes

Pourquoi l'étudier ?

Selon le programme, il y a 4 « pôles » ou « blocs » dans le BTS « « Conseils et Commercialisation de Solutions Techniques » :

1. *Conception et négociation de solutions technico-commerciales*
2. *Management de l'activité technico-commerciale*
3. *Développement de clientèle et de la relation client*
4. *Mise en œuvre de l'expertise technico-commerciale*

Dans le 1^{er} bloc, 4 ensembles de savoirs à acquérir :

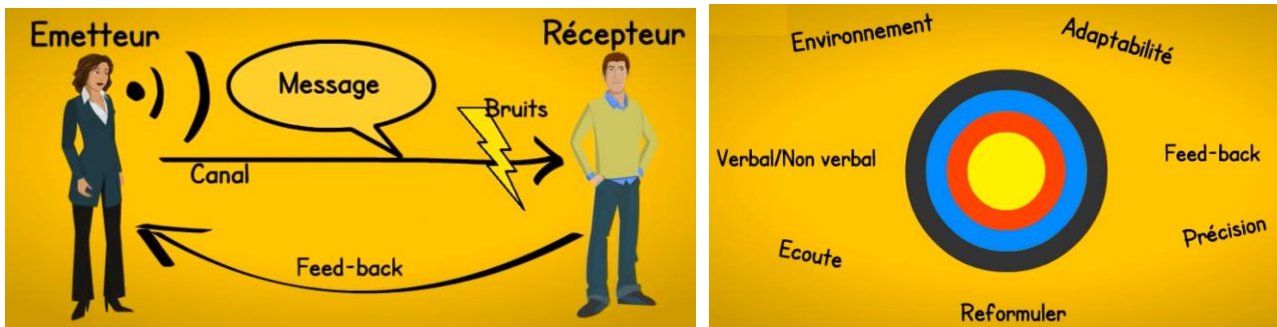


Nous commençons la partie 1, la **communication interpersonnelle** :



1 – Qu'est-ce que la « communication » ?

Vidéo : Le schéma de la communication



Source : MMC Formation - <https://youtu.be/he0juqLdz2I>

Communiquer

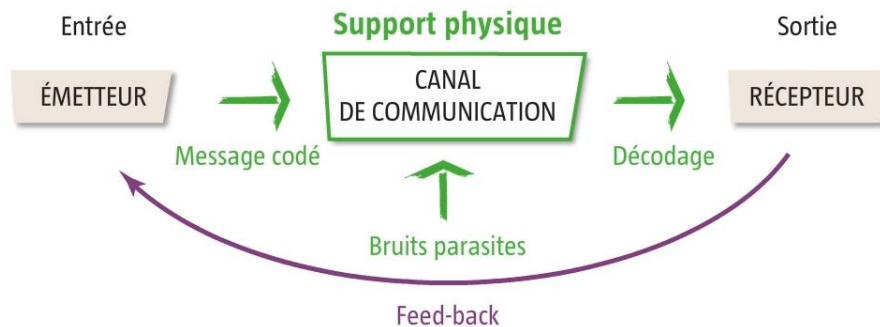
Faire part de, donner connaissance de quelque chose à quelqu'un, par relation plus ou moins directe avec le destinataire.

Lexique

Source : TLFi - Trésor de la langue Française informatisé - <http://atilf.atilf.fr/>

Synthèse vidéo

> Le schéma de la communication interpersonnelle



Source : Manuel relation client et négociation-vente, BTS NDRC, Foucher 2020 - <https://vimeo.com/275083386/8dab15af45>

2 – Quels sont les enjeux de la communication ?

Enjeu

- **Ce que l'on risque** dans un jeu et qui doit, à la fin de la partie, revenir au gagnant.
- (Par extension) **Ce que l'on peut gagner ou perdre** dans n'importe quelle entreprise.

Lexique

Source : TLFi - Trésor de la langue Française informatisé - <http://atilf.atilf.fr/>

Ressource internet : les enjeux de la communication

Chaque acte de communication a un **enjeu** = quelque chose qui se joue, un gain - ou une perte - possible (psychologique ou matériel) :

- un enjeu **identitaire** (position sociale)
- un enjeu **territorial** (pour obtenir ou garder une position dominante)
- un enjeu **d'influence** (pour faire changer l'opinion de l'autre)
- un enjeu **relationnel** (pour initier ou maintenir une relation de qualité)
- un enjeu **opérationnel** ou de **résultat**
- un enjeu **informationnel**

Source : Smartnskilled - <http://www.smartnskilled.com/tutoriel/formation-acoataxa-les-cles-dune-communication-efficace/tuto-video-les-enjeux-de-la-communication1>

L'enjeu identitaire

Lexique

Il s'agit pour l'individu de défendre son statut ou sa place. Chaque individu se positionne dans la relation.

L'enjeu territorial

Lexique

L'enjeu territorial apparaît entre les individus qui cherchent à protéger leur espace physique et psychique. Il correspond à la défense de son espace personnel par le maintien d'une distance (verbale ou physique).

L'enjeu d'influence

Lexique

Dans une situation de communication, chaque participant cherche à influencer l'autre afin de le faire adhérer à son point de vue.

L'enjeu relationnel

Lexique

La communication est le passage obligé pour entrer en relation avec autrui. L'enjeu est donc de « réussir » la communication, notamment en respectant un cadre de référence (règles de courtoisie, frapper à la porte avant d'entrer...). La communication avec d'autres individus comporte certains risques comme décevoir, ne pas être à la hauteur.

Source : D'après Assistant de manager – Cours, méthodes, exercices corrigés, collection « Réflexe », Nathan - https://www.i-manuel.fr/GAVE_NE/GAVE_NEdos1AC2doc10.htm

A VOUS DE JOUER !

A quel enjeu rattacher chaque exemple ?

| | <i>Réponse de l'auteur</i> | <i>Avis de la classe</i> |
|--|----------------------------|--|
| Le professeur préfère vouvoyer ses élèves | <i>territorial</i> | <ul style="list-style-type: none"><i>relationnel,</i><i>identitaire,</i><i>territorial,</i><i>influence</i> |
| Le manager joue d'un rapport de force (pression, intimidation) ou de séduction (complicité, sympathie) | <i>influence</i> | <ul style="list-style-type: none"><i>influence,</i><i>identitaire</i> |
| L'émetteur du message n'a pas réussi à se faire comprendre et s'en va | <i>relationnel</i> | <ul style="list-style-type: none"><i>relationnel</i><i>influence,</i> |
| Lors d'une réunion, le manager donne la parole à son assistant après s'être longuement exprimé en premier. | <i>identitaire</i> | <ul style="list-style-type: none"><i>informationnel ou opérationnel</i><i>identitaire</i><i>relationnel,</i> |

Source : D'après Assistant de manager – Cours, méthodes, exercices corrigés, collection « Réflexe », Nathan - https://www.i-manuel.fr/GAVE_NE/GAVE_NEdos1AC2doc10.htm

3 – Quelles sont les composantes de la communication ?

Attention ! Autant de définitions que d'auteurs !

3.1 – Selon Hanna Azaïz, Directrice de Projet, Agence Acquisition Strategy

(Les 7) Composantes de la communication

Qu'elle soit verbale ou non, la chaîne de communication doit toujours suivre un schéma basique constitué de sept composantes à savoir

1. le **contexte**,
2. la **source**,
3. le **message**,
4. le **canal**,
5. les **interférences**,
6. le **récepteur**
7. et enfin la **rétroaction**.

« Le contexte

C'est l'atmosphère physique et psychologique dans laquelle la communication est effectuée. On distingue le contexte spatio-temporel et les contextes sociaux. Le premier constitue le lieu et le temps imparti à l'échange. Le deuxième englobe le relationnel, le normatif, le culturel et le statutaire. Ces éléments influencent grandement la manière de communiquer.

L'émetteur ou la source

C'est celui d'où vient le message. On l'appelle également, à juste titre, l'expéditeur. Il crée l'information et contrôle ce qui sera transmis aux interlocuteurs. Il constitue alors le point de départ du schéma de la communication. Il peut être représenté par un seul ou plusieurs individus.

Le message ou l'information

C'est ce qui va être transmis aux interlocuteurs. Il s'agit d'un stimulus que la source va envoyer aux récepteurs. Ainsi, le message peut être transmis consciemment ou non et peut comporter des mots, des gestes, des mouvements, des images et autres.

Le canal de communication

Il s'agit du moyen utilisé pour diffuser le message. Le canal ou le média constitue le support de l'information ou le véhicule qui relie le récepteur et l'émetteur. À ce titre, il peut s'agir de mots écrits, d'un enregistrement, etc. Le téléphone, la radio et la télévision sont des médias de communication.

Les interférences

Les interférences sont caractérisées par les facteurs ou les bruits qui peuvent changer de manière significative la perception du message. On parle de bruits extérieurs lorsqu'ils proviennent de l'environnement (par exemple une moto qui passe). Quant aux interférences intérieures, elles viennent du récepteur.

Le récepteur

C'est l'interlocuteur qui reçoit le message, essaie de le comprendre et d'en interpréter la signification. C'est avec lui que l'émetteur désire communiquer. C'est alors le point d'arrivée de l'information. On parle également d'un individu ou d'un groupe d'individus ayant un même intérêt.

Le résultat ou la réaction

Une fois le message transmis au récepteur, ce dernier peut réagir en fonction. Cette réaction fait office de feedback à l'émetteur, lui permettant de s'assurer que l'information a été correctement diffusée et comprise. C'est la partie qui distingue le procédé de communication d'une simple émission d'information. »

Source : Hanna Azaïz - Qu'est-ce que la communication ?

<https://www.1min30.com/brand-marketing/la-communication-1287485995>

3.2 – Selon Julien Godineau, professeur au Lycée Choiseul, Tours

(Les 6) Composantes de la communication

1. Les **acteurs** : l'émetteur, à l'origine du message et le récepteur qui le reçoit
2. Le **canal** : il s'agit du moyen utilisé pour la transmission, il peut s'agir d'un écrit, de l'oral ou du numérique
3. Le **support** : il est relatif au canal, c'est le moyen concret utilisé pour communiquer (un mail, un face à face, un appel téléphonique...)
4. Le **contexte** : ce contexte se décompose en 4 composantes :
 - Contexte relationnel : dépend des acteurs (amical, professionnel)
 - Contexte spatial : c'est le lieu de la communication
 - Contexte temporel : c'est le moment et la durée de la communication
 - Les bruits : sont éventuels et peuvent nuire à la communication
5. Le **message** : c'est le contenu de l'information échangée
6. Les **enjeux** : c'est la raison de l'échange (informationnels : communiquer une information, c'est TOUJOURS le cas ; ils peuvent être aussi relationnels : créer une relation ; identitaires : défendre sa personnalité, d'influence : inciter l'autre à agir)

3.3 – La synthèse de la classe

| <i>Les composantes de la communication</i> | <i>Lexique</i> |
|--|----------------|
| 1. Acteurs | |
| - 1.1 : émetteur | |
| - 1.2 : récepteur | |
| 2. Canal | |
| 3. Support | |
| 4. Contexte | |
| - 4.1 : Relationnel | |
| - 4.2 : Spatial | |
| - 4.3 : Temporel | |
| - 4.4 : Bruits ou interférences | |
| 5. Message | |
| 6. Enjeux | |

A VOUS DE JOUER !

repérez les composantes de ces diverses situations

Situation 1 :

Louis appelle son épouse Marie afin de savoir si elle souhaite qu'il passe prendre du pain. Il est dans sa voiture sur le parking du GESEC en sortant du travail et est obligé de crier pour passer au-dessus du bruit du bus fil bleu qui redémarre à côté.

Source : Julien Godineau, Lycée Choiseul, Tours

Situation 2 :

Mail envoyé le 03/02/2020 : Monsieur LONGUET, nous avons le regret de vous annoncer que malgré les nombreuses qualités que comporte votre candidature nous ne sommes pas en mesure d'y donner suite. Vous souhaitant bonne chance pour votre recherche.

Cordialement.

Yann Yamba, RRH

Source : Julien Godineau, Lycée Choiseul, Tours

Situation 3 : Intervention de M. Picard le 23 septembre sur les inscriptions à la cantine

| Composantes | Situation 1 | Situation 2 | Situation 3 |
|-----------------|--------------------------|----------------------------|--------------------------------------|
| Acteurs | | | |
| émetteur | <i>Louis</i> | <i>RRH M. Yamba</i> | <i>M. Picard</i> |
| récepteur | <i>Marie</i> | <i>Candidat M. Longuet</i> | <i>Elèves</i> |
| Canal | <i>oral</i> | <i>ecrit</i> | <i>Oral</i> |
| Support | <i>téléphone</i> | <i>mail</i> | <i>face-à-face</i> |
| Contexte | | | |
| Relationnel | <i>familial (couple)</i> | <i>professionnel</i> | <i>Professionnel / administratif</i> |

| | | | |
|----------|-------------------------------------|-----------------------------|--|
| Spatial | <i>parking</i> | <i>inconnu (à distance)</i> | <i>Salle de classe</i> |
| Temporel | <i>fin de la journée de travail</i> | <i>03/03/2020</i> | <i>Matin du 23/09/2021</i> |
| Bruits | <i>bus qui démarre</i> | <i>aucun</i> | <i>bavardages</i> |
| Message | <i>question : acheter du pain ?</i> | <i>candidature rejetée</i> | <i>question : Inscription à la cantine ?</i> |
| Enjeux | <i>informationnel</i> | <i>informationnel</i> | <i>informationnel</i> |

Source : Julien Godineau, Lycée Choiseul, Tours

4 - Les registres de langage

Source : Carole Larmet- Lycée Jolio-Curie Rennes – 2014 –
Centre National de Ressources en Communication, Mercatique, Transport et Logistique



Registres de langage

Lexique

Manières de s'exprimer différentes, pour formuler néanmoins des pensées assez ou très proches par le sens.

Ces manières différentes de s'exprimer dépendent :

a. de celui qui s'exprime, en fonction de :

- son niveau d'éducation
- sa culture (connaissances, milieu social, etc.)
- la possibilité qu'il s'autorise de se montrer spontané ou non etc ..

b. de l'interlocuteur auquel s'adresse celui qui s'exprime, en fonction par exemple :

- du degré d'intimité
- des rapports hiérarchiques
- de l'importance numérique de l'auditoire

Les différents registres de langage

Lexique

On peut distinguer

1. le registre **familier**
2. le registre **courant**
3. le registre **soutenu**
4. le registre **professionnel**

A VOUS DE JOUER ! indiquez le registre de langue utilisé dans les cas ci-dessous :

| | |
|--------------------------------|--|
| un bonbon : | Une entreprise |
| une sucrerie : | Une boîte |
| un bonbec : | Un centre de profit |
| un garçon : | Nous devons faire un exposé sur les animaux |
| un mec : | On doit faire un truc sur les bestioles. |
| un individu de sexe masculin : | Mon camarade et moi-même devons vous exposer le résultat de nos recherches concernant le monde animal. |
| un travail : | un métier : |
| un emploi : | un taf : |
| un boulot : | une profession : |

A VOUS DE JOUER ! Reformulez ces phrases en langage soutenu et professionnel

| Langage familier | Langage soutenu | Langage professionnel |
|--|--|---|
| Tu risques de te planter . | <i>Tu risques d'échouer</i> | <i>Tu risques de ne pas atteindre ton objectif Les chances de succès sont limitées</i> |
| Clément est un pote de boulot | <i>Clément est un collègue de travail</i> | <i>Clément est un collègue de travail, coéquipier... Associé, collaborateur</i> |
| Ce client crèche dans une super baraque. | <i>Ce client habite / loge dans une maison magnifique / splendide, fascinante, somptueuse, luxueuse...</i> | <i>Ce client réside dans une villa très haut de gamme, luxueuse</i> |
| Vous avez vu nos nouveautés ? | <i>Avez-vous vu / remarqué nos nouveautés ?</i> | <i>Avez-vous remarqué nos derniers articles / innovations produit ?</i> |
| Où j'ai pu foutre ma clé USB ? | <i>Où ai-je mis ma clé USB ?</i> | <i>Où ai-je égaré ma clé USB ?</i> |
| <i>Cet entretien me stresse Cet entretien me f... les b...</i> | Cet entretien me fait peur. <i>Cet entretien m'effraie</i> | <i>La perspective de cette rencontre professionnelle m'inquiète</i> |
| Ce boulot était dur. | <i>Ce travail était difficile</i> | <i>Ce poste de travail était particulièrement exigeant</i> |
| <i>Si tu sais pas compter, ton client va te ... (... , arnaquer, escroquer, entourlouper...)</i> | <i>Si tu ne sais pas compter, tes clients vont te berner, tromper, voler, manipuler, ...</i> | <i>Si vous faites des erreurs de calculs, vos clients vont en profiter et cela fera baisser vos marges.</i> |