

La communication : INNEE ou ACQUISE ?

Cartes de visite, sites Internet, prospectus, mass-médias... Et si la communication ne se réduisait pas à ses outils mais puisait sa raison d'être dans des besoins relationnels plus fondamentaux ? Que ce soit dans le domaine professionnel ou dans la sphère privée, la communication relève de l'humain et se sert de la technique.

1 Communiquer : à la fois inné et acquis

Un nourrisson, si jeune soit-il, est capable de communiquer, à sa manière bien sûr. A peine venu au monde, l'homme manifeste ses capacités à entrer en relation avec autrui. Ainsi, la communication est animale, propre à tous les êtres vivant en communauté. Pourtant, il faudra à l'enfant de nombreuses années d'apprentissage pour maîtriser ne serait-ce que sa langue maternelle et acquérir, par le biais de l'éducation, un savoir-vivre en société.

2 Une capacité et un besoin vital

Parler, s'exprimer par geste, écrire... quoi de plus banal ? Quoi de plus vital aussi ! Communiquer est aussi nécessaire à l'homme que manger et se vêtir. Il ne s'agit pas simplement d'échanger des informations pour assurer la bonne organisation d'une vie sociale : communiquer est essentiel à notre équilibre affectif et psychique. Seules la mort et, d'une certaine manière, la folie (parce qu'elle déconnecte le langage de la réalité), mettent un terme à la communication. (Relevons également le cas de la mauvaise foi, phénomène bien plus courant, qui ferme d'office la porte à toute forme de dialogue !)

3 Un phénomène naturel, des moyens techniques

Depuis que l'homme vit en société, il échange idées, ordres, impressions, sentiments, etc. Il crée et organise des moyens de communication : langages par signes, langages picturaux, langues... mais également routes, réseaux ferrés, voies maritimes, transports...

L'homme utilise des supports de communication de plus en plus sophistiqués, larges et techniques (masse médias, Internet). Ces supports s'avèrent aussi davantage virtuels.



Crédit photo : rgbspace-Fotolia.com

4 La communication, une science humaine

L'évolution des moyens techniques (voies de communication, télécommunications, effets de la mondialisation) a entraîné une complexification des relations humaines. La communication, exercée de plus en plus à grande échelle, implique des méthodologies rigoureuses.

Ceci dit, la communication n'a rien d'une science exacte : elle est aussi fluctuante et subjective que le Vivant. Elle se nourrit également des progrès de nombreuses sciences connexes : sociologie, psychologie, physique, informatique, histoire, art, etc. Elle ne cesse d'évoluer, sous l'effet de modes ou, plus fondamentalement, de nouvelles connaissances et découvertes.

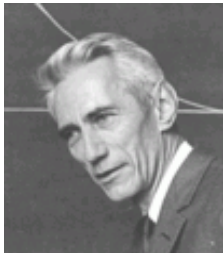
Isabelle NOURY



Naissance d'une science de la communication

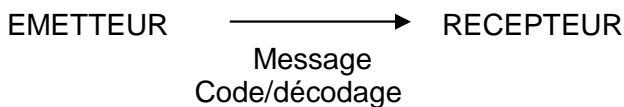
Si communiquer est à ce point naturel, pourquoi apprendre techniques et méthodes ? Il en va de la communication comme de la philosophie : nous pensons depuis la Nuit des Temps, mais il faut attendre le Ve siècle avant Jésus-Christ pour que Socrate, Platon et Aristote, en conceptualisant la réflexion, posent solidement les bases de notre sagesse européenne.

Shannon, Lasswell, Jakobson, Gerbner... font partie de ces chercheurs (linguistes, politologues, sociologues, scientifiques, etc.) qui ont proposé des modèles de la communication, tentant de mettre noir sur blanc la complexité des relations humaines.



Le modèle de SHANNON
Claude Shannon (1916-2001), ingénieur électrique, fondateur de la théorie de l'information.

A l'origine, les recherches de Shannon concernent les renseignements militaires. Il était chargé de décrypter les codes ennemis au milieu de brouillages.



Le modèle de Shannon est considéré comme le modèle canonique de la communication, mais il n'est pas sans poser de problèmes : que se passe-t-il s'il y a plusieurs récepteurs ? Si le message prend du temps ? Si l'on a affaire à plusieurs messages ?



Le modèle de LASSWELL
Harold Lasswell (1902-1978), politologue et psychiatre américain, l'un des fondateurs de la psychologie politique.

Selon Lasswell, la communication peut être perçue comme un processus d'influence et de persuasion très proche de la publicité. Il était favorable à la propagande comme gestion de l'information dans une démocratie.

Lasswell est connu pour sa définition de la communication : « Qui dit quoi, à qui, par quel moyen et avec quel effet ? ».

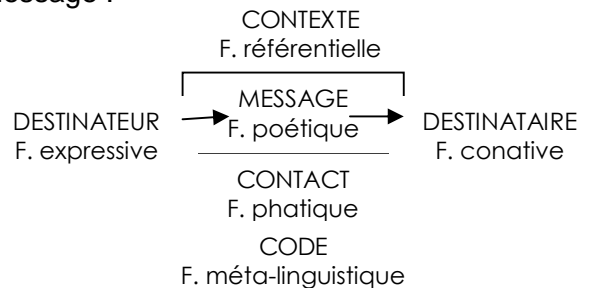


Le modèle de JAKOBSON
Roman Ossipovich Jakobson (1896-1982), penseur russe, linguiste.

Jakobson a posé les premières pierres de l'analyse structurale du langage, de la poésie et de l'art.

Il estime que « le langage doit être étudié dans toutes ses fonctions (F) »

Le modèle de la communication verbale établi par Jakobson est développé à partir du message :



Le modèle de GERBNER
Georges Gerbner (1919-2005), sociologue américain, professeur de télécommunication.

Gerbner a mené d'importants travaux de recherche concernant l'impact de la télévision sur la société américaine. Selon lui, la télévision a, plus que l'éducation, une influence sur notre environnement culturel. Elle véhicule images et messages, qui formatent notre vision du monde.

Les médias relayent des valeurs préexistantes, les cultivent, les propagent et les fixent comme des normes communément admises par tous.