

La communication

1. Définition

La communication est l'acte d'établir des relations avec quelqu'un. Une bonne communication apporte le succès à une rencontre. Rencontrer l'autre, c'est lui parler, mais c'est aussi l'écouter. Pour communiquer, il est indispensable qu'il y ait un émetteur (ou destinataire) et un récepteur (ou destinataire), et qu'un message visuel ou sonore soit délivré du premier vers le second.

Pour établir une communication, le message doit être compréhensible pour le récepteur. Le message (ou signe) comporte toujours un signifiant et un signifié.

- Le **signifiant** est la forme utilisée pour transmettre le message : un dessin, un mot, un geste..., qu'entend ou que voit le récepteur du message.
- Le **signifié** est ce que représente le message transmis, ce qu'il veut dire. Pour qu'une communication soit réellement établie, il est donc impératif que le signifié soit compris par le récepteur.

Parmi la multitude de signes, certains signes sont utilisés par tous selon des conventions internationales (ex : mesures). Ils ont une signification fixe. Les autres sont placés dans un contexte précis pour que leur signification se précise (par exemple, une citation). Ils ont alors une signification ouverte.

Un même signifiant pourra donc revêtir plusieurs signifiés selon les contextes (par exemple le mot « argent ») ; on peut, par ailleurs, jouer sur les signes utilisés pour exprimer un même signifié (par exemple, les jeux de mots ou l'inversion des codes gestuels à des fins comiques).

2. La communication par l'image

L'image est non seulement un moyen d'expression artistique, mais un outil réel de communication bien antérieur à l'écriture. Il existe des images fixes (dessins, peintures, gravures...) et des images animées (cinéma, image vidéo...).

Réalité matérielle

Une image est un assemblage de points, de lignes, de surfaces, de couleurs, dont la disposition donne parfois l'illusion du volume, de la lumière, du mouvement, de la vie.

La perspective géométrique est l'organisation des objets sur la surface, de telle sorte que leur représentation corresponde à la perception visuelle qu'on peut en avoir. Par exemple, une table dessinée de manière qu'on pense la voir en trois dimensions.

Parmi les couleurs, on distingue les couleurs froides (celles qui se rapprochent du bleu) des couleurs chaudes (jaune, orangé, rouge) ; les couleurs primaires (jaune, rouge et bleu) des couleurs complémentaires (par exemple, le vert est complémentaire du rouge).

Le point de vue

Toute image suppose un point de vue : ce qui est montré par l'image est en fait ce qui est vu par l'œil du peintre. Au cinéma, l'image peut montrer ce que voit le cinéaste (point de vue objectif) ou ce que voit l'un des personnages du film (point de vue subjectif).

Le cadrage détermine la portion d'espace représentée : par exemple, un plan d'ensemble ou un gros plan, ou encore un travelling.

Le montage des images ou des films permet d'introduire la notion de temps, en ralentissant ou en accélérant son déroulement.

Le sens de l'image

Ce que l'image montre constitue sa dénotation.

Ce que l'image suggère constitue ses connotations.

L'image peut ainsi revêtir plusieurs fonctions :

- **référentielle** : elle peut être descriptive ou narrative, comme dans les fresques historiques ou les BD ; elle peut aussi être informative ou explicative, comme dans les documentaires, les schémas...
- **poétique** : elle peut être expressive (en suscitant des sentiments, comme le voulait la peinture impressionniste de la fin du XIX^{ème} siècle) ou symbolique (comme dans la peinture surréaliste qui ne représente jamais la réalité telle que nous la connaissons).
- **injonctive et argumentative** : la caricature, la publicité, le dessin humoristique veulent nous convaincre ou nous faire réfléchir.

Enfin, l'image peut se charger d'un sens individuel ou collectif (religieux, social, politique), selon les périodes et les créateurs. Comme pour un texte, il est donc important de situer historiquement une image (tableau, publicité, film...) lorsqu'on désire l'analyser.

3. La communication par les mots

La communication à l'aide de mots est la communication verbale. Elle peut être orale ou écrite. Dans les deux cas, l'outil utilisé est le même : c'est le mot, combinaison d'un signifiant (sa forme) et d'un signifié (son sens). Qu'il soit oral ou écrit, le message s'appelle énoncé. Le code utilisé est le système linguistique produit par un énonciateur (ou locuteur) vers un énonciataire (ou interlocuteur, destinataire).

La communication orale

Dans la communication orale, l'émetteur (ou locuteur) et le récepteur (ou interlocuteur) sont en principe en présence l'un de l'autre. D'autres éléments sont ainsi importants : l'expression du visage, les gestes, les intonations de la voix...

La grammaire est souvent peu élaborée. On utilise souvent des phrases juxtaposées, voire disloquées ou inachevées. Le vocabulaire est souvent familier.

Ce qui marque avant tout la communication orale est sa spontanéité : la parole est vivante, inscrite dans le temps, sans modification possible au moment où on l'émet.

La communication écrite

Dans la communication écrite, le destinataire est éloigné. Le message doit donc être complet, achevé, lisible.

La grammaire doit donc correspondre à l'usage correct, ainsi que la ponctuation et l'orthographe. Le vocabulaire est en général plus élaboré qu'à l'oral.

Ce qui marque avant tout la communication écrite est le souci d'être compris du destinataire, à qui on ne pourra pas toujours expliquer une deuxième fois le message qu'on veut lui transmettre.

La communication littéraire

Parmi les textes écrits, certains présentent des qualités littéraires qui les distinguent des autres productions écrites.

Le texte littéraire n'a pas pour fonction essentielle d'être utile, comme le sont un manuel de classe ou un mode d'emploi. Sa finalité pratique n'est donc pas primordiale.

Le texte littéraire est avant tout apprécié pour la qualité de son écriture. C'est la forme qui marque donc la différence. Sa fonction expressive (expression des sentiments, des émotions) et sa fonction poétique (esthétique du langage) sont indissociables de sa fonction narrative (lorsqu'il nous raconte une histoire) ou argumentative (lorsqu'il cherche à nous convaincre).

Les fonctions du langage

L'étymologie latine du verbe lire nous le confirme : lire (*legere*), c'est choisir.

Choisir d'abord, dans la multiplicité des textes offerts à nos regards, les clefs qui permettent d'y entrer. Pour cela, la notion de type de texte est certes commode en subordonnant le classement à l'intention de communication.

Pourtant, la diversité des messages risque parfois de ne pas se retrouver dans une typologie forcément sommaire et simplificatrice. Il faut souvent regarder d'un peu plus près les éléments constitutifs d'une situation de communication. Représentée ainsi, selon le modèle proposé par le linguiste Roman Jakobson,



la situation de communication choisit toujours les accents que le message mettra particulièrement en valeur : ainsi l'émetteur peut valoriser sa présence ou privilégier le réfèrent (ce dont on parle), le code même (la langue) qu'il emploie, voire le message lui-même (par exemple sa plastique).

Il peut choisir de mobiliser le récepteur ou rester toujours soucieux de maintenir le contact. Selon la place qu'occupe tel élément dans le message, on est convenu de déterminer telle fonction du langage, que le tableau ci-dessous vous rappelle rapidement

Lorsque le message met en valeur	la fonction est dite...
Émetteur	expressive : vocabulaire du jugement et du sentiment, pronoms de la première personne
Récepteur	impulsive : injonctions, pronoms de la deuxième personne
Réfèrent	référentielle : données objectives (chiffres et dates), absence d'indices de jugement
Message	poétique : jeux de mots, jeux sur les sonorités, jeux sur le graphisme du message
Code	métalinguistique : le texte éclaire le fonctionnement de la langue (définitions...)
Contact	phatique : outils propres à maintenir le contact (interjections, gallicismes...)

4. Conclusions

Toute communication requiert l'emploi d'un code commun à l'émetteur et au récepteur du message délivré. Le signifié doit être employé sans ambiguïté pour que le message soit clair.

Dans la communication par l'image, on s'intéresse à la composition de l'image, à ce qu'elle dénote mais aussi à sa valeur symbolique mise en valeur par toutes les connotations qui s'y rattachent.

Dans la communication verbale, on distingue souvent la communication orale de la communication écrite.

Certains textes, enfin, revêtent une valeur littéraire et traduisent la vision du monde de leur auteur et sa sensibilité bien plus qu'ils n'ont une fonction utilitaire.