



## FICHE MÉTHODE Analyser une situation de communication

Différentes méthodes peuvent être utilisées pour analyser une situation de communication.

### 1 > Grille de Lasswell

H. D. Lasswell, politologue et psychiatre américain, a modélisé la communication de masse. Il en propose une description à travers les questions : « Qui, dit quoi, à qui, par quel canal, et avec quels effets ? ». Ces cinq questions peuvent être complétées par : « dans quelles circonstances, avec quels effets ».

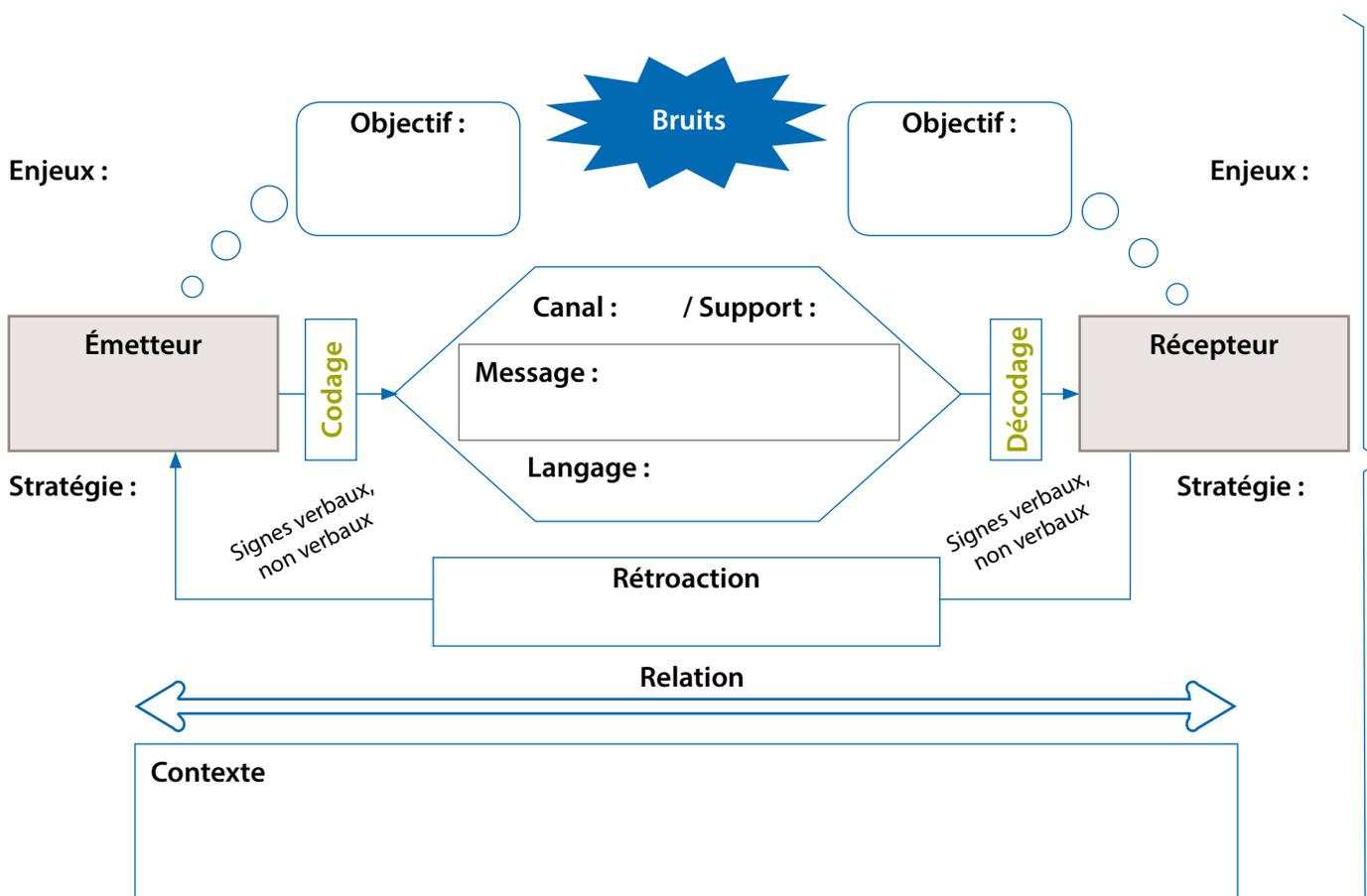
De ce fait, le processus d'une communication peut être décrypté à partir de sept questions :

Qui ?	Analyse des caractéristiques de l'émetteur
Dit quoi ?	Analyse des caractéristiques du message
À qui ?	Analyse des caractéristiques du destinataire
Dans quelles circonstances ?	Analyse des caractéristiques de la situation
Par quel canal ?	Analyse des caractéristiques du moyen utilisé
Dans quel but ?	Analyse des intentions, des attentes
Avec quel effet ?	Analyse du résultat de la communication

### 2 > Schéma de communication

Un schéma de communication est une représentation schématique des différents éléments ou composantes d'une communication. Il s'applique dans le cadre d'une communication interpersonnelle.

#### Schéma de communication



### 3 > Grille d'analyse d'une situation de communication

Pour une analyse plus précise de l'ensemble des composantes d'une situation de communication, une grille comme le modèle ci-après peut être mobilisée :

Identification de la situation	Description de la situation
<b>Acteurs</b> Acteurs présents dans la situation de communication : Fonctions des acteurs : Liens hiérarchiques entre les acteurs :	<i>Noms des acteurs</i> <i>Poste occupé dans l'organisation situation, position d'une personne par rapport à un groupe, une entreprise</i>
<b>Message</b> Message à transmettre : Registre du langage utilisé : Signes utilisés :	<i>Contenu de la communication</i> <i>Langage professionnel, familier courant, soutenu</i> <i>Signes verbaux (mots), paraverbaux (intonation volume de la voix, rythme), non verbaux (sourire, regards, gestuelle, photos...)</i>
<b>Objectif du message</b>	<i>But à atteindre</i> <i>Cognitif, conatif, affectif en communication commerciale</i>
<b>Canal utilisé</b> <b>Support sélectionné</b>	<i>Voie de transmission de l'information. Exemple : canal oral, téléphone, canal écrit</i> <i>Outil choisi pour la communication</i>
<b>Contexte</b>	<i>Contexte spatial</i> <i>Contexte temporel</i> <i>Contexte relationnel</i> <i>Contexte social</i> <i>Contexte culturel</i>
<b>Types de communication</b>	<i>De masse, de groupe, interpersonnelle, interne, externe, formelle, informelle</i>
<b>Stratégies de communication</b>	<i>Stratégie de coopération, stratégie de résistance ou d'opposition, stratégie d'évitement, d'influence, d'alignement</i>
<b>Enjeux de communication</b>	<i>Relationnel, informationnel, opérationnel, identitaire, d'influence, territorial</i>
<b>Éléments de la rétroaction</b>	<i>Réponse émise par le récepteur, registre du langage utilisé, signes verbaux, non verbaux, paraverbaux</i>
<b>Bilan sur l'efficacité de la situation de communication</b>	<i>Points positifs, points négatifs</i>