

Les contextes de communication



Toute communication a lieu à un moment donné, dans une situation donnée, dans un lieu donné et dans un événement donné ! Ces paramètres inaliénables sont nommés contextes de communication. Cela signifie que toute forme de communication émerge à un environnement culturel, technologique, socioéconomique, situationnel... et qu'aucune communication ne peut se comprendre en dehors de son contexte. Par définition, le contexte est l'ensemble des éléments, des circonstances, qui entourent un fait. Nous allons donc cerner les différents contextes de la communication. Communiquer, répétons-le, c'est mettre en commun des informations ; cette mise en commun se fait dans un environnement qui influe directement sur la communication. Cet environnement ne fait pas partie, à proprement parlé, de la communication mais il l'accompagne

et l'influence de façon directe. C'est cet environnement qui constitue le contexte de la communication avec cette particularité que, selon les cas, le contexte peut être dominant dans le processus de communication ou être influé par les communicateurs. Prenons un exemple concret : dans certaines entreprises à la hiérarchie rigide, il est délicat voire impossible de contester un ordre venu d'un supérieur, même si cet ordre est non-pertinent ; dans d'autres à la hiérarchie moins rigide la négociation est possible entre le subalterne et son supérieur. La structure hiérarchique est une norme sociale qui est aussi un contexte de communication...

On distingue deux grands contextes de la communication : le contexte général et le contexte situationnel qui englobent chacun divers contextes.

1° Le Contexte général

Il repose sur quatre marqueurs précis mais évolutifs qui ont une influence directe sur toute relation entre personnes :

1.1 Le contexte socioéconomique qui touche directement les conditions de vie des individus. Les périodes de croissance ou de récession, l'état économique de la région dans laquelle on vit, la mondialisation, la situation économique personnelle (chômage ou emploi) mais aussi le niveau d'instruction, la structure familiale, la natalité... ont une influence directe sur la communication. L'aspect social et l'aspect économique contribuent au façonnage de chaque individu et donc de son comportement, de sa manière de communiquer.

1.2 Le contexte technologique, a fortiori depuis l'évolution rapide de ces dernières années en matière de technologie, influence aussi la manière de communiquer et notamment sur la rapidité de circulation des informations. Ainsi, au 19^e siècle, le développement du chemin de fer et des moyens de transports ont largement contribué à la rapidité de la communication (ex. acheminement du courrier), au siècle suivant c'est la popularisation des moyens de télécommunication (téléphone, télévision, presse, mass-médias...) qui a renforcé la communication. Depuis l'aube du 21^e siècle, le multimédia et les réseaux sociaux ont continué à développer la communication. Plus que jamais le *Global Village* (le Village planétaire) de Marshall McLuhan est, grâce à la technologie, d'actualité au 21^e siècle !

1.3 Le contexte culturel est omniprésent dans la communication. La culture est l'ensemble des règles communes qui régissent une société ou un groupe social. Mais, la culture c'est aussi l'ensemble des biens dits culturels (littérature, cinéma, théâtre, musées...) que chaque individu appréhende et consomme de manière différente. On observe dans la vie quotidienne des différences culturelles marquées que ce soit en termes de loisirs, de tenues vestimentaires, de rites, d'éducation, de lecture, de connaissances, de langage... Ces différences sont intimement liées à l'appartenance à un groupe social mais elles s'appréhendent aussi de deux façons distinctes : soit l'individu développe une culture parce qu'il appartient à un groupe social (une culture liée à l'atavisme, au milieu ou à l'entourage à laquelle on émerge par tradition), soit l'individu intègre un groupe social par la culture qu'il développe, une culture qui n'est pas forcément la sienne à l'origine. La culture différencie les individus et les groupes sociaux, une différence de culture influence fortement la relation et la communication entre

deux personnes. Attention, il ne s'agit pas d'un obstacle incontournable à la communication mais pour qu'une communication entre individus à la culture différente (que cette culture repose sur les origines ethniques et sociales ou sur la consommation de biens culturels) fonctionne, il s'agit pour ces individus de tenir compte de la culture de leur(s) interlocuteur(s) au risque de rompre la communication. La culture est un ensemble de rituels qui reposent sur des conventions sociales ou des traditions. Il s'agit de trouver un champ commun à ces conventions et à ces traditions pour établir une communication.

1.4 Le contexte institutionnel dans lequel prend place une communication commande un rapport particulier entre individus mais aussi un registre de normes, de règles ainsi qu'un langage adapté. Par contexte institutionnel on entend l'institution sociale ou économique (famille, entreprise, association, état...) à laquelle appartient l'individu au moment de la communication. Il s'agit d'un contexte variable, l'individu peut appartenir à diverses institutions (la famille et l'entreprise sont des institutions différentes mais l'on peut appartenir au deux) cependant le contexte variera selon la séquence de communication (on n'est pas, généralement, dans le même contexte lorsque l'on est en famille ou sur son lieu de travail). Chaque institution dicte ses codes de communication, on ne s'adresse pas de la même manière à son père et à son frère ; on ne s'adresse pas de la même façon à son patron et à son collègue ; on ne s'adresse pas non plus de la même façon à son père et à son patron... Les relations interpersonnelles et les comportements sont dictés par le contexte institutionnel.

2° Le contexte situationnel

Le contexte situationnel correspond au cadre immédiat c'est-à-dire à la situation et aux circonstances dans lesquels prend place une communication. Ce contexte est généralement assez souple et laisse une marge de manœuvre et d'action aux acteurs d'une séquence de communication. Le contexte situationnel repose sur deux sous-contextes :

2.1 Le contexte spatial qui correspond au lieu où se déroule la communication. Toute communication prend place dans un espace donné et le contexte de la communication varie inmanquablement selon cet espace.

Lieu public – lieu privé : chaque individu présente une image de lui-même différente en fonction de la présence éventuelle d'un public. On communique donc différemment selon que le lieu est public (ex. une salle d'attente, un bureau administratif, la rue...) ou privé (le domicile, la voiture...). Ainsi, par convention sociale, on sait qu'il est de bon ton de ne pas élever la voix dans une bibliothèque alors que le niveau sonore est plutôt ample lorsque l'on est à domicile.

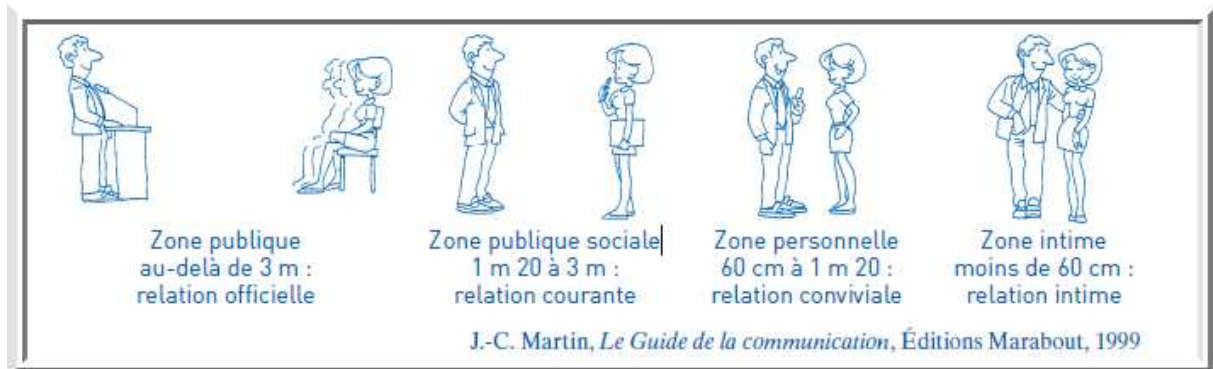
La réserve du moi : par ce terme on entend un espace personnel propre à chaque individu, organisé par l'individu comme, par exemples, un poste de travail, un coin intime dans la maison... Par convention, un autre individu sait qu'il ne peut pénétrer qu'avec précaution dans cet espace personnel.

La configuration et l'aménagement de l'espace : l'espace où la communication a lieu peut être agencé et configuré de bien des manières qui correspondront en fait à une situation donnée. Une configuration circulaire (ex. table de réunion ronde) permettra une communication d'égal à égal tandis qu'une configuration de type jury (plusieurs interlocuteurs face à un seul) créera une situation hiérarchisée. L'agencement d'un espace n'est pas neutre et influe sur la relation, ainsi un bureau directorial avec un grand fauteuil d'un côté de deux chaises de l'autre n'indique pas du tout le même type de rapport relationnel qu'une table avec quatre chaises autour...

La proxémie, c'est-à-dire la distance physique entre les individus, est un facteur important de la séquence de communication. L'anthropologue américain Edward T. Hall détermine, en 1963, quatre zones de distance qui sont autant de marqueurs de la relation. En déterminant ces zones, les acteurs d'une communication fixent la relation interpersonnelle ; en modifiant ces zones, ils modifient aussi la nature de la relation interpersonnelle. Les zones (ou sphères) de distance selon Hall sont :

- la zone publique : au-delà de trois mètres qui convient pour une allocution publique (discours politique, conférence de presse,...) ou pour interpeller quelqu'un ;
- la zone sociale : de 1,20 à trois mètres qui correspond à la relation sociale courante avec des individus de connaissance ;

- la zone personnelle : de 60 centimètres à 1,20 mètres qui est celle de la sphère amicale (par exemple un verre entre ami à la terrasse d'un café) ;
- la zone intime : moins de 60 centimètres qui devient la sphère intime, celle que l'on utilise pour chuchoter à l'oreille de son partenaire ou pour s'embrasser.



2.2 Le contexte temporel

Toute relation s'inscrit dans le temps avec un *avant*, un *pendant* et un *après*. Le temps (chronologique) est un facteur fondamental de toute interaction, il régule de différentes manières toute séquence de communication. En effet, la séquence de communication dépend :

- du temps (durée) dont on dispose pour cette communication : on ne dira pas la même chose en trente secondes qu'en vingt minutes. Les détails seront plus ou moins fournis ou absents, le message sera plus ou moins direct, selon le temps à disposition ;
- de la perspective temporelle de se revoir : la relation sera différente entre des personnes qui se voient au quotidien (des conjoints, des collègues...), des personnes qui se voient de façon régulière mais espacée (des amis) ou des personnes qui se croisent épisodiquement (de lointaines connaissances géographique ou sentimentale) ;

Les acteurs d'une communication partagent forcément des informations communes aux contacts qu'ils ont pu avoir auparavant. Une relation implicite peut se nouer entre des individus qui ont une relation temporelle fréquente et régulière, la relation devra être plus explicite entre des individus aux relations temporelles éloignées... L'anticipation dans la relation, la confiance mais aussi le rythme et la ponctuation de la relation dépendent de la dimension temporelle de la relation.

En conclusion, l'on dira que toute communication n'a de sens que dans le contexte dans lequel elle s'inscrit. Ainsi, sortie du contexte d'un repas, la communication «*passe-moi le sel*» n'a pas beaucoup de sens. Le contexte de la communication dépend de facteurs multiples (culture, temps, technologie, cadre...) et des normes sociales ou conventions qui régissent les relations interpersonnelles. Quoi qu'il en soit, le contexte est indissociable de la communication !