Cour 1 : le pouvoir de la communication

Ce module vise essentiellement à faire découvrir le fonctionnement et la complexité de l'acte de communiquer . A développer des compétences propres pour chacun puisse améliorer ses capacités à développer une communication efficace ou une communication dite de qualité .développer la capacité de s'exprimer oralement. Ainsi que améliorer son degré de confiance en sois.

➢ Cour 1 : le pouvoir de la communication

Le pouvoir le plus important dans notre ère c'est le pouvoir de la communication et savoir exprimer ses idées. Et cela permet de mieux gérer les relations humaines.

1- les différentes définitions de la communication

Définition 1 : la communication est un ensemble des interactions avec autrui visant à transmettre des messages, autrement dit c'est l'action de transmettre quelque chose.

Définition 2 : la communication est l'action de communiquer, de transmettre ou d'échanger des informations ou des connaissances à un ou plusieurs , et lorsque il y a un échange entre l'émetteur et le récepteur cela devient un dialogue .

Définition 3 : c'est l'action de mettre en relation en liaison en contact des choses ex : établir une communication entre deux conduite.

2- Les différents types de communication

On peut distinguer plusieurs formes de communication

2-1/ **la communication interpersonnelle** : La communication interpersonnelle s'établit lors d'une interaction entre au moins deux personnes qui cherchent à échanger des informations ou des émotions par différents moyens. Le modèle de communication interpersonnelle repose sur six éléments principaux : un émetteur (qui entame la communication), un récepteur (qui reçoit le message de l'émetteur), un support (écrit, verbal et électronique), le codage (conversion par l'émetteur de sa pensée en langage), le décodage (conversion par le récepteur du langage en pensée, en concept) et la rétroaction (réponse du récepteur).

2-2/ La communication sociale : La communication sociale est un ensemble d'actes communicatifs dont l'objectif est de modifier certaines représentations ou comportements et de transmettre des valeurs pour créer et renforcer plus de liens de solidarité. ce genre de communication vise à pouvoir informer sur des problèmes de caractère social pour ensuite faire prendre conscience. En effet, le dialogue et la proximité sont deux des éléments indispensables à la réussite de la communication sociale. **Pourquoi une communication sociale ?**

La communication sociale est totalement différente de la communication utilisée dans la publicité, car celle-ci cherche à « placer » un produit. Au contraire, la communication sociale va à l'encontre de l'opinion du destinataire. Il est important pour la communication sociale de connaître l'opinion, car le but ultime est de la modifier.

2-3/ La communication de Masse : ensemble des moyens et des techniques permettant la diffusion de messages écrits ou audiovisuels auprès d'un public plus ou moins vaste et hétérogène. (Elle constitue l'équivalent de ce que les sociologues belges et anglo-américains appellent respectivement techniques de diffusion collective et mass media.)

2-4/ La communication audiovisuelle : On entend par communication audiovisuelle toute communication au public de services de radio ou de télévision, quelles que soient les modalités de mise à disposition auprès du public, ainsi que toute communication au public par voie électronique de services autres que de radio et de télévision et ne relevant pas de la communication au public en ligne.

2-5/ la communication commerciale : La communication commerciale regroupe l'ensemble des actions de communication entreprises dans le but de favoriser directement ou indirectement la commercialisation d'un produit ou service. L'essentiel des actions de communication commerciale vise les consommateurs, mais elles peuvent également s'adresser aux prescripteurs, ou distributeurs. Les voies et moyens de la communication commerciale sont de plus en plus nombreux et variées. La communication commerciale est généralement divisée en communication média (communication publicitaire) et communication hors média.

2-6/ la communication de groupe : c'est une communication ou un émetteur s'adresse à un ensemble de récepteurs (des individus ayant un intérêt commun). Elle peut être orale ou verbale, médiate ou immédiate mais la rétroaction est limitée par rapport à la communication interpersonnelle.

2-7/ la communication visuelle : c'est lorsque l'émetteur utilise divers types d'images comme l tableaux, graphiques, dessins, croquis, schémas, photographies, Analyser ces images consiste à repérer des codes et leurs significations.