

R 4 L'analyse de la communication des organisations

Les pratiques de communication des organisations, orale ou écrite, visuelle ou audiovisuelle, électronique, présentent des caractéristiques communes mais aussi des particularités propres à chacune d'elles.

1 LES ÉLÉMENTS COMMUNS À TOUTE COMMUNICATION

1. La recherche d'efficacité et de qualité du message

L'efficacité du message dépend de la rigueur de la méthodologie utilisée pour sa mise en œuvre. Avant la rédaction du message, une analyse préalable s'impose ; elle peut être structurée autour de trois étapes :

- Étape 1 : l'analyse préalable de la situation de communication

	Quel est l'objectif du message ?	Quelle est la cible du message ?	Comment atteindre ma cible de la façon la plus efficace ?
	Déterminer clairement le contenu du message, de façon à le cerner et à le délimiter parfaitement.	Déterminer la forme du message : quel registre de langage ? quel rituel à respecter ?...	Choisir le mode de transmission le plus efficace : celui qui « touche » la cible au plus près.
Exemples	Informers les salariés de la mise en œuvre d'un nouveau plan de formation.	Rédaction d'un message à destination d'enfants de 10 à 17 ans, lecteurs d'un magazine pour jeunes ados	Communication écrite ou orale ? Lettre ou courrier électronique ?

- Étape 2 : le choix de la forme du message

Objectifs	Forme	Exemples
Informers	Intranet	Message électronique aux employés du service pour une convocation à une réunion.
Convaincre	Communication orale	Réunion d'information des commerciaux sur les nouveaux objectifs à atteindre.
Séduire	Affiches publicitaires	Lancement d'un nouveau produit.

- Étape 3 : la préparation du message. Préparer le message, c'est tout d'abord élaborer un plan, afin de structurer et d'ordonner les idées ou les points essentiels à aborder. La qualité du message dépend en grande partie de sa clarté et donc du choix du plan élaboré en amont.

Fiche révision

Plusieurs méthodes existent : méthode de l'entonnoir (du général au particulier), méthode chronologique (en fonction de repères dans le temps), etc.

- Étape 4 : la rédaction et la mise en forme. Pour la rédaction du message, plusieurs questions doivent être posées : Quel registre de langage ? Quel ton ? Quelle longueur ?

Certaines méthodes peuvent aider à la rédaction du message, par exemple la méthode FOR : faits/opinions/recommandations.

La mise en forme du message dépend de la forme qui a été choisie ou du support adopté. Toutefois cinq critères peuvent être fixés :

- la compréhension : le message est-il bien compris ? ;
- la déformation : quels sont les risques de « parasitage » ? ;
- la mémorisation : les récepteurs vont-ils enregistrer l'information ? ;
- la conservation : quelle durée de vie pour l'information ? ;
- le coût : quel budget doit-on respecter ?

2. L'influence des modes de communication

Mode de communication	Avantages	Inconvénients
Écrit	<ul style="list-style-type: none"> - Simple : aucune compétence technologique n'est nécessaire. - Conforme à de nombreux usages : la communication par l'écrit demeure le mode le plus usuel dans de nombreuses organisations. - Aux supports multiples : affiches, courrier, messagerie électronique... 	<ul style="list-style-type: none"> - Délicat : la rédaction d'un bon message écrit nécessite un savoir-faire particulier. - Bureaucratique : l'accumulation de documents écrits entraîne lourdeurs et risque d'encombrements.
Oral	<ul style="list-style-type: none"> - Direct : la communication est immédiate. - Économique : en particulier pour des communications de faible audience (réunions internes). - Convivial : favorable au développement des relations humaines. 	<ul style="list-style-type: none"> - Pas ou peu de conservation : « l'écrit reste, les paroles s'envolent ». - Peu fiable : le risque de déformation du message existe.
Audiovisuel	<ul style="list-style-type: none"> - Efficace : attire l'attention, suscite de l'intérêt. - Moderne : utilise des technologies avancées. 	<ul style="list-style-type: none"> - Coûteux. - Long à mettre en œuvre et complexe du fait des technologies employées.