



UNIVERSITE D'ANTANANARIVO
INSTITUT D'ENSEIGNEMENT SUPERIEUR ANTSIRABE VAKIVANKARATRA
(IES-AV)
MENTION SCIENCES et TECHNIQUES de l'INFORMATION et de la COMMUNICATION

MÉMOIRE DE FIN

D'ÉTUDES

RANDRIANARISON Tsiorisoa Andriamifidy

STICOM L3 n°24

PARCOURS I

2020-2021

REMERCIEMENTS

J'adresse mes sincères remerciements aux personnes qui m'ont aidé dans la réalisation de ce mémoire que ce soit de loin ou de près et je ne saurais ne pas exprimer ma gratitude respectivement à :

Madame Elisa RAFITOSON, Responsable Pédagogique de la Filière STICOM pour son appui, ses enseignements et ses conseils concernant les missions évoquées dans ce mini mémoire.

Nos enseignants, qui nous ont orientés, conseillés durant notre parcours.

Sommaire

Remerciements :.....	2
Première partie :.....	4
Modèle SEDIAC : Stratégie d'Elaboration et de Diffusion d'une Action de Communication	4
Introduction.....	4
1) La détermination des enjeux : analyse transactionnelle et des jeux et des hommes d'Eric BERNE.....	4
2) Détermination des objectifs : les fonctions du langage selon Roman JAKOBSON et les fonctions selon Josée VALIQUETTE	6
3) Analyse de la situation de Communication : modèle SPEAKING de Dell HYMES et théorie sémio-contextuelle d'Alex MUCCHIELLI	9
4) Construction du cadrage :.....	18
5) Élaboration de la communication : contenus et langages à utiliser	19
6) Diffusion de la communication : supports classiques et supports numériques	20
7) Impacts ou effets de la communication : problème de recueil et analyse	21
8) Confrontation des résultats avec les objectifs	22
9) Recadrage(s)	22
10) Reprise de chaque étape avec le(s) recadrage(s) éventuels	22
Deuxième partie :.....	23
Application sur une action de communication : Inauguration stade BAREA.....	23
1) Les enjeux.....	24
2) La détermination des objectifs (fonction de JAKOBSON et de VALIQUETTE).....	25
3) Analyse de la situation de Communication : modèle SPEAKING de Dell HYMES et théorie sémio-contextuelle de Alex MUCCHIELLI	28
4) Construction du cadrage :.....	34
5) Élaboration de la communication : contenus et langages à utiliser	34
6) Diffusion de la communication : supports classiques et supports numériques	36
7) Impacts ou effets de la communication : problème de recueil et analyse	39
8) Confrontation des résultats avec les objectifs.....	40
9) Recadrage(s).....	41
10) Reprise de chaque étape avec le(s) recadrage(s) éventuels.....	41
Conclusion.....	42

Première partie :

Modèle SEDIAC : Stratégie d'Elaboration et de Diffusion d'une Action de Communication

Il s'agit d'un outil destiné aux étudiants avancés, enseignant chercheurs, professionnels concernés, en vue de leur permettre de réaliser une action de communication qui a été mise en place par Elisa RAFITOSON.

Une action de communication est un ensemble organisé d'interactions dont la conception et la diffusion reposent sur les principaux référents théoriques des SIC ou Sciences de l'Information et de la Communication.

En tout, cette démarche comprend 10 étapes :

- Détermination des enjeux (ERIC BERNE)
- Détermination des objectifs (ROMAN JAKOBSON, VALIQUETTE)
- Analyse de la situation de communication (DELL HYMES, ALEX MUCCHIELLI)
- Construction du cadrage (école de palo alto)
- Élaboration de la communication (contenus et langages à utiliser)
- Diffusion de la communication (supports classiques et supports numériques)
- Impacts ou effets de la communication (problème de recueil et analyse)
- Confrontation des résultats avec les objectifs
- Recadrage(s)
- Reprise de chaque étape avec le(s) recadrage(s) éventuels

1) La détermination des enjeux : analyse transactionnelle et des jeux et des hommes d'Eric BERNE

Éric BERNE sous le nom de Léonard BERNSTEIN est un psychiatre canado-américain fondateur de « l'analyse transactionnelle » et « des jeux et les hommes » ; c'est lui qui a étudié la notion d'enjeu.

➤ Analyse transactionnelle :

L'analyse transactionnelle est fondée par Eric BERNE dans les années 60, il s'agit d'une sorte de philosophie pour évoquer que chaque personne possède une valeur positive en tant qu'être humain. Dérivée naturellement d'une psychologie de la croissance humaine fondée sur la responsabilité et sur l'hypothèse que chacun peut apprendre à avoir confiance en lui-même, à prendre ses propres décisions, à exprimer et à ressentir ses sentiments, en tout, chacun peut donc devenir indépendant et libre.

Il s'agit d'un ensemble théorique et pratique qui s'applique à la personnalité humaine mais aussi aux groupes humains. Ses concepts et principes, très opérationnels fondés sur des comportements observables sont présentés dans un langage simple et accessible, orienté vers la compréhension et l'action. Son originalité et sa force, au sein d'autres sciences

humaines, tiennent à ce que la plupart des personnes qui en ont besoin peuvent s'approprier et appliquer, de façon responsable, ses techniques et procédures pour comprendre et améliorer leurs comportements, leurs relations et leur communication. Sa souplesse et son universalité lui permettent de répondre à des demandes extrêmement variées, aussi bien en entreprise et dans tous les cadres socioprofessionnels en général, qu'en couple, en famille, à l'école, avec des voisins, bref dans tous les rapports humains.

Élaborée à partir d'une expérience clinique, l'analyse transactionnelle conserve pour domaine de prédilection le développement des personnes.

- psychothérapie individuelle ou en groupe, et par extension : psychothérapie de couple, voire familiale.

- dérivés : conseil en stratégie personnelle, pilotage de carrière.

Une entreprise ou une institution pouvant être regardées et comprises comme un organisme humain, l'analyse transactionnelle s'avère également très opérationnelle pour le « Développement des Organisations » dans différents domaines tels que :

- ✚ La radioscopie de l'entreprise ou d'un service (analyse qualitative).
- ✚ L'analyse et résolution des blocages et des clivages, entre personnes.
- ✚ La communication interne et externe : projet d'entreprise, marketing...
- ✚ La gestion des ressources humaines, par exemple en matière de recrutement et de constitution d'équipes.

Elle constitue, enfin un précieux outil pour la formation permanente, en entreprise ou en institution, dans tous les domaines où une bonne maîtrise des relations interpersonnelles et de la communication sont nécessaires : animation d'équipes, motivation, délégation, vente, négociation, conduite de réunion, prise de décision, résolution de problème, créativité, la gestion du temps, médiation, gestion des conflits, supervision, relation d'aide, pédagogie, et formation de formateurs.

➤ Des jeux et des hommes :

Un jeu est une activité physique ou intellectuelle non imposée et gratuite, à laquelle on s'adonne pour se divertir, en tirer un plaisir.

Le livre « des jeux et des hommes » dont l'auteur est Eric Berne évoque que les hommes ont tendance à vivre en jouant avec logique à certains "jeux" dans leurs relations avec autrui.

Les hommes jouent à ces jeux pour différentes raisons : pour éviter d'affronter la réalité, c'est-à-dire pour cacher des motifs profonds, pour rationaliser leurs activités, ou bien pour rester "en dehors du coup". Le docteur Berne présente une analyse fascinante de trente-six jeux qu'il classe sous diverses rubriques : les "jeux vitaux" qui transcendent un mode spécifique de réaction dans une situation donnée, et affectent chaque action du joueur ; les "jeux conjugaux", auxquels deux personnes peuvent recourir afin de supporter une vie de frustration ou d'insatisfaction (un jeu conjugal des plus joués est celui de "la femme frigide", où l'un des deux joueurs provoque une discussion menant à la colère, à l'aliénation des sentiments, pour éviter les rapports sexuels) ; les "jeux sexuels", où quelqu'un provoque des réactions sexuelles chez quelqu'un d'autre, puis, agit comme si lui ou elle était la victime

innocente ; les "jeux de société", sociaux par définition, et qui vont du cancan perpétuel au gémississement chronique ; les "jeux des bas-fonds" tels que "aux gendarmes et aux voleurs", pratiqués le plus souvent pour des gains matériels, mais pouvant aussi viser à des avantages psychologiques ; les "jeux du cabinet de consultation", peuvent être joués par un malade avec un médecin afin d'éviter la guérison. Le docteur Berne, poursuit dans cet ouvrage le développement et l'élaboration d'un concept qu'il a déjà décrit pour le spécialiste, et qu'il emploie dans son nouveau système de psychiatrie individuelle et sociale, où la thérapie de groupe tient lieu de méthode fondamentale, et où l'analyse des jeux forme un élément majeur du traitement. Le docteur Berne montre en outre comment ce concept peut aider à prendre une nouvelle conscience de soi, ainsi qu'à mener une existence plus constructive. Ce livre dont le succès est considérable aux Etats-Unis, traite de façon concise, claire et spirituelle un sujet profondément sérieux qui concerne chacun de nous de la façon la plus intime.

2) Détermination des objectifs : les fonctions du langage selon Roman JAKOBSON et les fonctions selon Josée VALIQUETTE

a) Les fonctions selon JAKOBSON :

- La fonction expressive ou émotive : c'est l'expression des sentiments du locuteur ; l'émetteur au cœur de cette fonction exprime ses sentiments, ses opinions. Dans le discours, cette expression se traduit par des exclamations, des verbes de sentiment ou de jugement, des termes évaluatifs. Cette fonction est relative à l'émetteur.

Exemple : Ah ! Qu'il fait beau !

- La fonction conative ou impressive : cette fonction est relative au récepteur ; elle est centrée sur le récepteur chez qui l'émetteur veut faire naître des impressions ou des réactions. Cette fonction se traduit par l'emploi des marques de la deuxième personne, d'impératif, de tournures interrogatives, d'exclamation. Il s'agit du récepteur.

Exemple : tu as vu comme il fait froid ?

- La fonction référentielle : le message renvoie au monde extérieur ; elle fait porter le langage sur le référent (ou contexte) sur lequel il s'agit de donner des informations : narration, description, explication. Les phrases déclaratives et le mode indicatif seront alors privilégiés. Cette fonction évoque le référent.

Exemple : il fait beau.

- La fonction phatique : c'est la mise en place et maintien de la communication ; cette fonction est utilisée pour établir, maintenir ou interrompre le contact physique et psychologique avec le récepteur. Elle permet également de vérifier le passage physique du message. C'est le canal.

Exemple : « Allo » ; « bonjour, ça va ? »

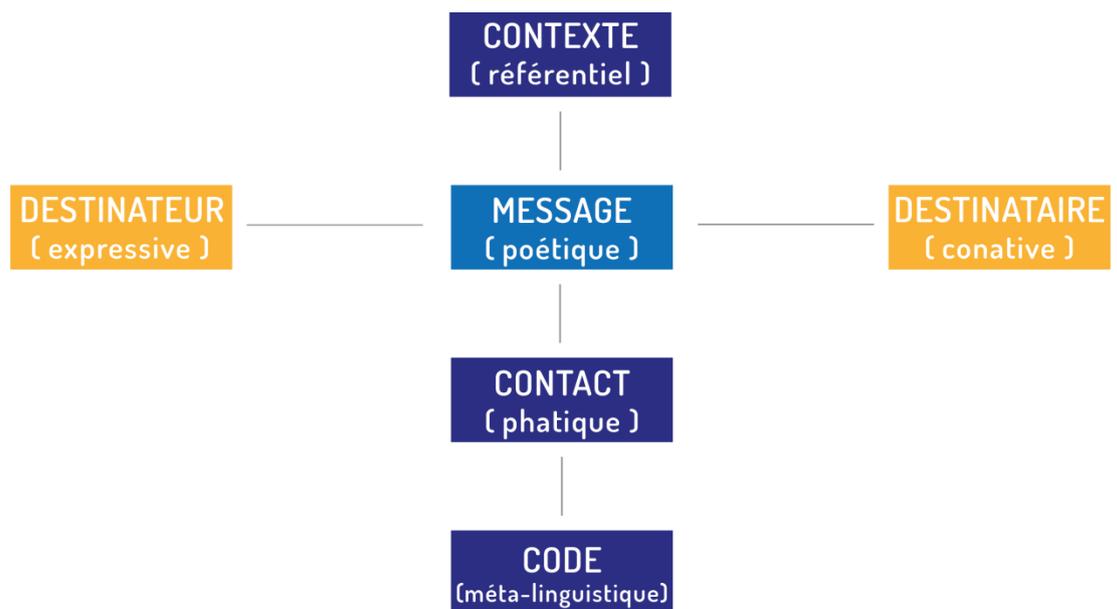
- La fonction métalinguistique : le code lui-même devient objet du message ; quand il faut donner des informations sur le code, ses éléments, son fonctionnement comme édicter une règle de grammaire, cette fonction entre en jeu (le préfixe méta-signifie « au-dessus » une métalangue est donc une langue qui permet de parler d'une autre langue) Il s'agit du code.

Exemple : l'expression « il fait beau » signifie que le ciel est bleu et que le soleil brille.

- La fonction poétique : la forme du texte devient l'essentiel du message ; l'émetteur peut avoir la volonté de soigner particulièrement l'esthétique de sa signification. Cette fonction ne touche pas seulement la poésie mais aussi les proverbes, les jeux de mots, et les slogans. C'est le message.

Exemple : La courbe de tes yeux fait le tour de mon cœur,
Un rond de danse et de douceur,
Auréole du temps, berceau nocturne et sûr,
Et si je ne sais plus tout ce que j'ai vécu,
C'est que tes yeux ne m'ont pas toujours vu.

Paul Eluard, capitale de la douleur, 1926



N.B : ces fonctions ne s'excluent pas les unes les autres, mais que souvent elles se superposent. Le langage peut ainsi servir à plusieurs choses à la fois : maintenir le contact (fonction phatique) tout en prenant pour objet le code du message (fonction métalinguistique) par exemple, dans as-tu entendu ce que je t'ai dit ?

b) Les fonctions de VALIQUETTE :

a) Fonction expressive: Elle consiste à exprimer des émotions, des sentiments ou des opinions. Elle est centrée sur le destinataire qui manifeste son affectivité, ses émotions. Elle englobe également l'acquisition d'expressions, d'un style, d'une façon bien personnelle de s'exprimer. C'est l'expression du « MOI ».

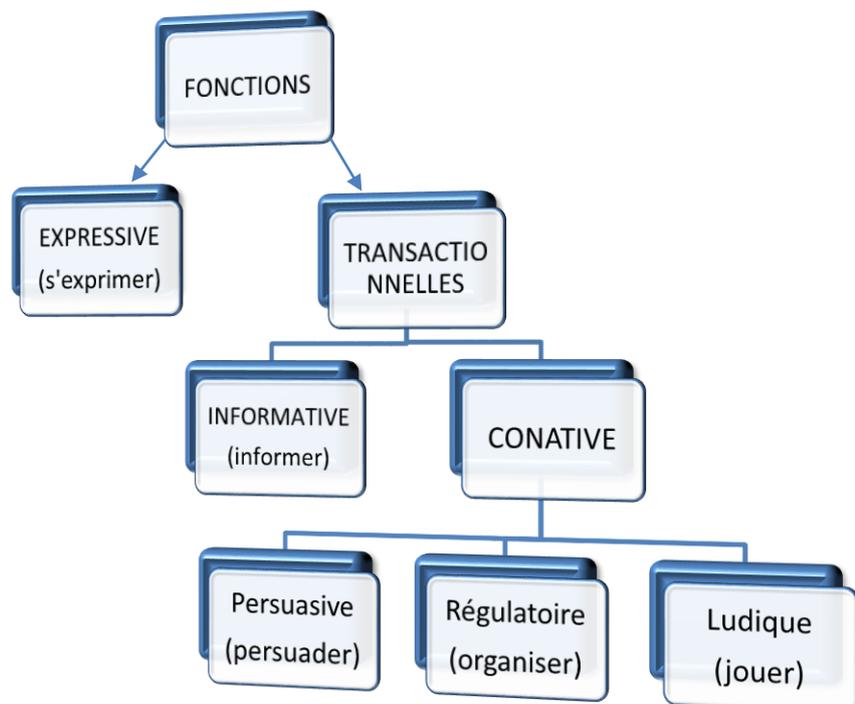
Exemple : je me sens mal pour la défaite de l'Angleterre face à l'Italie.

b) Fonction informative : quand il s'agit de transmettre des éléments de connaissance.
Exemple : connais-tu que le gouvernement américain possède un plan officiel en cas d'apocalypse zombie ?

c) Fonction conative persuasive : Elle consiste à persuader son interlocuteur.
Exemple : c'est délicieux la soupe de chez ma grand-mère.

d) Fonction conative régulatoire : faire une pression sur l'autre.
Exemple : tu as intérêt à réussir tes examens.

e) Fonction conative ludique : Elle consiste à jouer, on adopte un jeu de langue.
Exemple : une devinette ; quel fruit le poisson déteste-t-il le plus ? La réponse est la pêche.



3) Analyse de la situation de Communication : modèle SPEAKING de Dell HYMES et théorie sémio-contextuelle d'Alex MUCCHIELLI

a) Le modèle SPEAKING :

Les spécialistes de l'école Palo alto ont fait une analyse de la communication, sur les points à analyser pour une communication sans faille. En 1967, le sociolinguiste anthropologue Dell Hymes a mis en place le modèle SPEAKING, il s'agit d'une méthode d'analyse de communication efficace. Le modèle SPEAKING est un modèle pour optimiser la communication pour éviter les malentendus et les failles. Il y a 8 paramètres dans le modèle SPEAKING :

➤ Le paramètre « S » ou situation :

Le premier paramètre détermine le cadre de la communication, on peut évoquer le cadre physique et le cadre socioculturel.

Le cadre matériel ou physique : cela prend en compte la scène de la communication, c'est-à-dire le temps et le lieu. En gros, il faut bien choisir le « bon moment, au bon endroit ».

- Le lieu peut varier de formel à informel, il existe des endroits ou des lieux qui nécessitent des contraintes particulières. Dans un endroit formel, on adopte alors une communication formelle, c'est-à-dire qu'il faut respecter une certaine tenue dans le comportement. On utilise le niveau de langue soutenue comme dans un tribunal qui est jugé un endroit formel. Pour le cas du lieu informel, on va parler sans qu'il y a une règle particulière sauf les règles propres du langage utilisé, la discussion se fera de manière spontanée ; on peut utiliser le niveau de langue courante ou familière comme dans une salle à manger.
- Le temps est également important pour la réussite d'un échange, il exerce une influence incontestable au niveau de la communication, on peut citer le cas pour l'organisation d'un événement en mois d'octobre et par rapport au climat à Madagascar, il n'est pas conseillé d'opter pour un style champêtre, un événement à l'extérieur.

Le cadre socioculturel :

Le cadre socioculturel prend en compte le domaine où se déroule la communication. On peut aussi l'appeler cadre psychologique parce que l'attitude dépendra de la scène culturelle et sociale. Il y a les moments et les domaines :

- Les moments : constat de la vie quotidienne des individus qui se subdivise en moment. Ce sont les différents moments de chaque individu ou bien habitude commune, par exemple : se réveiller, faire un étirement, se lever, faire sa toilette, s'habiller, manger, partir pour aller étudier à l'université ; c'est le cas d'un étudiant .
- Les domaines : ce sont les secteurs d'activités, exemple : le domaine sportif.

➤ Le paramètre « P » ou participant :

Les participants sont tous ceux qui prennent part à la communication, ils soulignent directement ou indirectement.

Distinction entre récepteur allocutaire et non-allocutaire :

- Un récepteur allocutaire est un récepteur ciblé par l'émetteur, par exemple : une discussion entre mère et sa fille.
- Un récepteur non-allocutaire est celui qui reçoit le message malgré le fait que l'émetteur ne s'adresse pas directement à lui, comme les prêcheurs qui lisent la bible dans la rue.

Distinction entre récepteur ratifié et récepteur non-ratifié :

- Récepteur ratifié : récepteur dont la présence est acceptée pendant la communication, exemple : durant une réunion, il y a d'autres personnes qui sont présentes.
- Récepteur non-ratifié : récepteur qui reçoit la communication sans y être invité et on fait avec, il y a une influence sur le déroulement de la communication ; exemple : négociation dans une salle de réunion, l'ennemi est là et on doit accepter sa présence.

Caractéristiques des participants :

C'est le nombre des participants.

- La communication interpersonnelle ou interindividuelle : il s'agit d'un individu et d'un autre individu, comme un entretien d'embauche.
- La communication de groupe : cela nécessite primordialement un groupe. Il existe 3 cas possibles :
 - ✚ Un individu qui s'adresse à un groupe, exemple : dans la salle de classe, le professeur s'adresse aux étudiants.
 - ✚ Un groupe qui s'adresse à un individu, exemple : conférence de presse entre les journalistes et l'entraîneur d'un club de football.
 - ✚ Un groupe qui s'adresse à un groupe, exemple : débats entre deux groupes politiques.

Distinction en présence et non-présence :

Erving GOFFMAN de l'école palo alto a beaucoup travaillé sur la face et en particulier il a défini la situation de face à face comme une situation où l'individu se trouve dans une présence physique immédiate des uns des autres.

- La situation de présence : il faut s'entendre et ensuite il faut se voir, exemple : durant un cours, il y a une situation de face à face entre le professeur et les étudiants.
- La situation de non-présence : qui ne se trouve pas dans une situation de proximité physique immédiate. Un intermédiaire quelconque dont on appelle « médium », on va parler de communication médiatisée, qui utilise un support et la communication médiatisée se subdivise en 2 catégories :
 - ✚ Communication médiatisée mais à diffusion minoritaire, exemple : la demande d'embauche par écrit

- ✚ Communication médiatisée à diffusion majoritaire, exemple : une vidéoconférence

Distinction entre récepteur personnalisé et récepteur anonyme :

- Récepteur personnalisé : les participants entretiennent entre eux des relations personnelles et l'existence de ces relations personnelles sont manifestées par la communication, c'est une communication privée comme une jeune fille qui communique avec sa Maman.
- Récepteur anonyme : on ne connaît pas le récepteur, on n'entretient pas de relation personnelle, il y a des indices qui montrent qu'il n'y a pas de relation personnelle avec une distance entre les participants et cela impose des règles de contraintes. On ne doit pas manifester l'existence de relation personnelle dans la communication même s'il existe une relation personnelle. Exemple : dans une lettre de demande, on écrit : « j'ai l'honneur de porter à votre connaissance... »

Relation entre les participants :

La nature des relations entre participants influent le déroulement de la communication. La nature des relations détermine le sens de la communication. Il y a 3 types de relations :

- Les relations positives : les participants éprouvent ou font des efforts pour qu'il y ait une bonne volonté pour qu'on ait une bonne communication, c'est une communication coopérative et on pose que chaque participant va faire un effort pour mener les communications à leur terme en évitant la rupture de la communication, par exemple : pour une demande de partenariat, il faut adopter une communication coopérative.
- Les relations négatives : toutes sortes de conflits qui engendrent une communication conflictuelle comme un désaccord sur une demande.
- Les relations neutres : c'est le cas de l'administration, ni positive ni négative.

Le psychologue LINTON a évoqué que les relations entre les individus se décomposent en 2 facteurs : le statut, c'est la place occupée par un individu donné dans un système donné et à un moment donné, exemple : le président de la république, cette place est bien déterminée par rapport aux autres places des autres.

Communication horizontale et communication verticale :

- Communication horizontale : lorsque les communications sont égalitaires parce que les participants se trouvent au même niveau.
- Communication verticale : c'est le cas des relations hiérarchisées, il y a la communication verticale descendante et la communication verticale ascendante.

- Le paramètre « E » ou finalité : il s'agit des 6 fonctions de Roman JAKOBSON. On peut dire que c'est la beauté du message proprement dit puisque cette fonction concerne plus précisément les figures de style et les petits jeux de mots pour embellir un message.

La fonction expressive ou émotive : c'est une fonction relative à l'émetteur. Il s'agit d'exprimer des opinions.

Exemple : je vous aime.

La fonction conative ou impressive : elle est relative au destinataire.

Exemple : fais attention !

La fonction référentielle : elle est centrée sur le référent ou le contexte.

Exemple : Il fait froid.

La fonction phatique : elle est utilisée pour établir, maintenir ou interrompre le contact physique ou psychologique avec le récepteur.

Exemple : allo, comment ça va ? Ça fait un bail...

La fonction métalinguistique : elle est relative au code.

Exemple : Par là, je veux signifier que...

La fonction poétique : elle est utilisée pour décorer le message à transmettre.

Exemple : La reine de mon cœur.

➤ Le paramètre « A » ou actes :

C'est ce qui constitue la communication. Ce sont les différentes séquences de la communication et ce paramètre prend en compte également le fond et la forme de la communication.

Distinction entre la communication ritualisée et la communication non-ritualisée :

- La communication ritualisée : elle vient du rituel, il y a une démarche dont il faut respecter l'ordre, il y a des étapes à suivre. Dans la communication ritualisée, il y a des formules consacrées, par exemple : le rituel de visite de condoléance.
- La communication non-ritualisée : c'est lorsque la communication est libre, c'est-à-dire une communication qui n'impose pas de rituel, on se comporte de façon spontanée, libre sauf la nécessité de respecter les règles, on peut utiliser deux ou plusieurs règles, on peut utiliser une succession de signe, de lettre, de son ; un message est toujours une succession de signe, de façon orale ou écrite. On peut utiliser différents langages et simultanément, 2 ou plusieurs langages et de manière successive.

➤ Le paramètre « K » ou tonalité :

Il s'agit de l'ambiance ou de l'atmosphère dans laquelle se déroule la communication. On distingue 3 grands types de tonalité, la tonalité positive, la tonalité négative et la tonalité neutre.

La tonalité positive : lorsque l'atmosphère est détendue, voire joyeuse ; il y a communication coopérative comme lors d'une fête de fin d'étude.

La tonalité négative : pour le cas des relations conflictuelles, comme durant une dispute entre deux personnes.

La tonalité neutre : c'est assez rare, quand il y a des relations administratives. Une tonalité neutre au départ peut dégénérer ou s'améliorer ; par exemple : une réunion d'information.

➤ Le paramètre « I » ou instruments :

C'est l'ensemble des instruments qu'on utilise pour communiquer, il existe plusieurs instruments qui sont:

Distinction entre la communication verbale et la communication non-verbale :

- La communication verbale est une façon structurée et codifiée d'exprimer une idée, un besoin ou un désir. Une manière directe et spontanée de s'adresser à l'autre, une façon de communiquer avec autrui à l'aide de la langue comme la prise de parole.
- La communication non-verbale est toute communication qui se fait à partir des moyens de communication autres que la langue. Il y a 4 subdivisions de la communication non-verbale :
 - ✚ La kinésique : c'est la science qui étudie tout ce que l'on peut faire avec le corps pour communiquer, comme les gestes corporels.
 - ✚ La proxémique : c'est la science qui étudie tout ce que l'on peut faire avec l'espace ou les distances pour communiquer, exemple : le cas dans la police, où les policiers ont souvent une relation de distance à instaurer avec les victimes et les malfaiteurs.
 - ✚ L'iconologie : la science des images, discipline qui étudie les conditions de production des images ainsi que le message qu'elles étaient susceptibles de véhiculer en leur temps comme les dessins.
 - ✚ La non-communication : une science développée par Alex MUCCHIELLI face au silence et l'immobilité.

Classification selon Eric BUYSENS : il y a 3 distinctions :

- Moyen de communication par symbole : il existe toujours une relation entre le signifié et le signifiant mais cette relation peut être présentée de manière différente qui peut être directe ou indirecte. Pour le cas du direct, on peut évoquer le dessin d'une voiture dont le signifié est la voiture et le signifiant est le dessin de la voiture. Pour l'indirect, chaque fois où il y a un concept abstrait, exemple la notion de la justice.
- Moyen de communication par signe : il n'existe aucun lien entre le signifié et le signifiant, c'est-à-dire que l'association entre signifié et signifiant est arbitraire ou immotivé, par exemple une fleur.

- Moyen de communication systématique et asystématique :
 - ✚ Systématique : on trouve des unités qui sont jugés stables, les lettres d'une langue sont des unités stables, par exemple : a
 - ✚ Asystématique : contrairement à la systématique, l'asystématique ne présente pas d'unité stable, c'est tout ce qui est de la créativité comme la danse.
- Moyen de communication directe et substitutif :
 - ✚ Communication directe : qui se présente sous la forme originelle, par exemple une langue sous sa forme orale.
 - ✚ Substitutif : il s'agit de remplacer les unités de moyen de communication directe par d'autre unité ; on va remplacer les sons par des lettres, par exemple : une langue écrite.

Classification selon les organes des sens :

- Le langage auditif
- Le langage visuel
- Le langage tactile
- Le langage gustatif
- Le langage olfactif

➤ Le paramètre « N » ou normes :

Ce paramètre définit des règles qu'il faut appliquer quand on communique.

Les langues langagières : le langage utilisé dépendra de la situation de communication.

Les langues du langage à utiliser :

- Les langues du langage verbal, exemple : dictionnaire.
- Les langues du langage non-verbal, exemple : code vestimentaire.

Les normes d'interprétations : il s'agit de donner un sens à la communication qui a été faite en précisant que le sens est au centre des préoccupations et toutes les disciplines scientifiques qui s'occupent de la communication. Il y a la dénotation et la connotation.

- La dénotation : c'est le sens stable, objectif et commun à tous les usagers de la langue en question.
- La connotation : ensemble de valeur supplémentaire qui s'ajoute à la dénotation, variation d'une communauté à l'autre ou d'un individu à un autre ; cela dépend de la façon de voir, des expériences de l'individu ou de la communauté. Par exemple l'hôpital, la dénotation est un bâtiment où on soigne des gens et comme connotation c'est l'enfer.

Les normes d'interactions : il s'agit de la connexion et les effets conatifs des uns sur les autres.

- Le paramètre « G » ou genre : Dell HYMES n'a pas vraiment rendu cette partie de son étude assez explicite. En général, il s'agit du genre de communication, le type d'activité selon le langage. Exemple : un texte de genre explicatif.

b) La théorie sémio-contextuelle :

Alex MUCCHIELLI a mis en place la théorie sémio-contextuelle ou TSC prend en compte sept contextes dans l'étude des communications. Ils sont simultanément présents dans toute situation de communication. Il y a 7 contextes en tout :

- Le contexte expressif des identités des acteurs : ce qui est communiqué prend un sens par rapport à ce que l'on sait ou à ce qui est affiché des intentions, des projets et des enjeux des acteurs en présence. La communication-processus de type identitaire modifie un ou plusieurs des éléments du contexte identitaire dans lequel elle se déroule. Les acteurs, leurs intentions et leurs projets ont une existence importante dans les phénomènes de communication. En faisant référence à ses projets, à ses goûts, à ses façons de voir, chaque acteur pose une partie de son identité dans la situation. Il contribue ainsi à modifier le contexte des identités par rapport auquel les communications des uns et des autres prennent un sens.

Pour repérer les communication-processus de type identitaire, MUCCHIELLI nous suggère de nous demander :

- ✚ Quels sont les éléments connus sur les préoccupations ou les enjeux des acteurs qui permettent de comprendre les significations qu'ils donnent aux événements ?
- ✚ Comment les acteurs présents évoquent-ils les problèmes de la situation ?
- ✚ Quelle identité propre dessine tel ou tel acteur à travers ses communications ?
- ✚ Que peut-on dire de ses projets, de ses intentions et enjeux ?

- Le contexte culturel de référence aux normes et règles collectivement partagées : ce qui est communiqué prend un sens par rapport à des normes appelées ou construites au cours des échanges. Il existe constamment des référentiels normatifs à toutes les actions humaines. En appelant des normes ou en les construisant dans la situation, chaque acteur modifie des éléments du contexte normatif, contexte par rapport auquel les communications prennent un sens. Un « arrière-plan de sens commun » est déposé historiquement sous la forme de proverbes, dictons, sentences, maximes qui forment « le tissu normatif d'un monde traditionnel ». Aucune communication ne peut donc se faire en dehors d'un contexte culturel qui est « déjà là ». Les systèmes symboliques utilisés pour construire des significations sont profondément enracinés dans la culture et dans le langage. Des normes préexistent toujours aux échanges, mais les acteurs participent, à travers leurs échanges, à la construction de référents normatifs.

Pour repérer les communications-processus de type normatif, nous pouvons nous demander :

- ✚ À quelles situations idiomatiques et normativement connues fait-on appel ?
- ✚ Sur quelles données normatives présupposées chez les interlocuteurs, tel ou tel acteur s'appuie-t-il dans son échange ?
- ✚ Quelles injonctions adressées aux autres cachées présupposent ses communications ?
- ✚ Quels éléments de communication (conduites, langages, paralangages...) utilise-t-il pour évoquer ces normes ?

➤ Le contexte des positions respectives des acteurs : ce qui est communiqué prend un sens par rapport aux positionnements des acteurs entre eux. Tous les acteurs de la situation font des efforts pour « positionner » les autres dans les identités qui « les arrangent » et qui leur permettent de jouer leur propre jeu relationnel. Par exemple, en manipulant le positionnement des acteurs dans une famille, les psychothérapeutes systémiciens modifient la situation et changent le sens des conduites des uns et des autres. La communication-processus de type positionnement modifie un ou plusieurs éléments du contexte de positionnement dans lequel elle se déroule, ce contexte étant constitué par le système des « places » occupées par les acteurs. Toute communication porte toujours une proposition de définition des « places » des interlocuteurs : l'école nous met dans la position de « celui qui a à apprendre » ; la télé nous met dans la position de « spectateur du monde » ; la publicité nous met dans la position de « celui qui a des désirs à assouvir et à qui on propose ce qu'il faut »

Pour repérer les communications-processus de type positionnement, on peut se demander :

- ✚ Quelles positions sont proposées aux destinataires des messages ?
- ✚ Avec quels signes se construit cette proposition ?
- ✚ Quels sont les « marqueurs sociaux » produits ou évoqués qui permettent d'inférer que tel ou tel acteur se considère à telle ou telle place ?

➤ Le contexte relationnel social immédiat : ce qui est communiqué prend un sens par rapport à la qualité de la relation entre les acteurs et prend aussi un sens dans l'ensemble du système interactionnel créé. La communication-processus de type relationnel modifie un ou plusieurs des éléments du contexte relationnel dans lequel elle se déroule, ce contexte étant constitué en partie par le système des relations socio-affectives. Les travaux des psychosociologues ont mis l'accent sur les phénomènes d'affinité et de sympathie. En manipulant la qualité de sa relation avec les autres acteurs, chaque acteur modifie des éléments du contexte « relationnel », contexte par rapport auquel les communications prennent un sens. La qualité de la relation apparaît comme le fondement existentiel de la communication interpersonnelle. Toutes les pratiques communicationnelles mettent en œuvre les systèmes de pertinence des différents acteurs qui interviennent sur la définition de la nature de la relation aux partenaires : confiance-méfiance, soumission-domination, coopération-compétition, alliance-conflit...

Pour repérer les communications-processus de type relationnel, nous pouvons nous demander :

- ✚ Quelles règles relationnelles implicites, les communications des uns ou des autres acteurs proposent-elles ou suivent-elles ?
- ✚ Comment ces règles sont-elles reprises ou transgressées par les différents acteurs ?

➤ Le contexte temporel : ce qui est communiqué à tel moment prend un sens par rapport à ce qui s'est dit avant. Cela va jusqu'aux notions d'enchaînement » des activités et de « séquences d'échanges ». En faisant référence à ce qui s'est passé ou à ce qui se passera, les acteurs appellent ou créent un contexte temporel par rapport auquel les communications prennent et vont prendre un sens. Ce qui veut dire donc, la communication-processus de type temporel modifie un ou plusieurs éléments du contexte temporel dans lequel elle se déroule. La société a institutionnalisé des communications-processus centrées sur le contexte temporel :

- Les sondages d'opinion, par exemple : à travers leurs publications périodiques, ont institutionnalisé la visibilité temporelle de l'évolution des idées des acteurs sociaux sur tel ou tel problème, les médias rappellent les chiffres à telle ou telle période et présentent des courbes d'évolution des opinions et chaque expression collective d'opinion prend alors un sens par rapport aux précédents.
- Les organisations ont trouvé des formes ritualisées de rappel du contexte temporel de leurs communications collectives : lors des réunions, on ne manque pas d'examiner systématiquement le compte rendu de la séance précédente et l'approuver.

Pour repérer les communications-processus de type temporel, on peut se demander :

- ✚ comment le contexte temporel de l'échange est-il évoqué ou manipulé par les acteurs ?
- ✚ Comment interviennent les différentes contraintes temporelles de la situation ?
- ✚ Comment tel ou tel élément de la conduite interpelle-t-il telle ou telle action passée en relation avec la situation ?

➤ Le contexte spatial : ce qui est communiqué prend un sens par rapport à la disposition du lieu et à ses contraintes s'imposant à tous. Les travaux sur la proxémique et sur les positionnements spatiaux des protagonistes en présence ont montré l'importance de l'espace et des interventions sur cette dimension dans leurs influences sur les communications et leurs significations. La communication-processus de type spatial modifie un ou plusieurs des éléments du contexte dans lequel elle se déroule.

Pour repérer les communications-processus de type spatial, nous pouvons demander :

- ✚ Le contexte spatial de l'échange est-il évoqué par les acteurs ?
- ✚ Le contexte spatial de l'échange est-il manipulé par les acteurs ?
- ✚ Lest acteurs mettent-ils en place ou enlèvent-ils les différentes contraintes spatiales de la situation ?

✚ Quels sont les éléments des communications des acteurs qui font allusion aux éléments spatiaux de la situation ?

➤ Le contexte physique et sensoriel : c'est l'ensemble des éléments sensoriels qui arrivent aux différents sens : la vue, l'odorat, le toucher.

En manipulant les ambiances sonores, visuelles, odorantes, kinésique ou thermiques, les acteurs modifient des éléments de la situation par rapport auxquels les communications qui se font prennent alors du sens.

Pour repérer les communications-processus de type sensoriel, on peut se demander :

✚ Les éléments du contexte sensoriels de l'échange sont-ils évoqués ou manipulés par les acteurs ?

✚ Comment interviennent les différentes contraintes spatiales et sensorielles de la situation ?

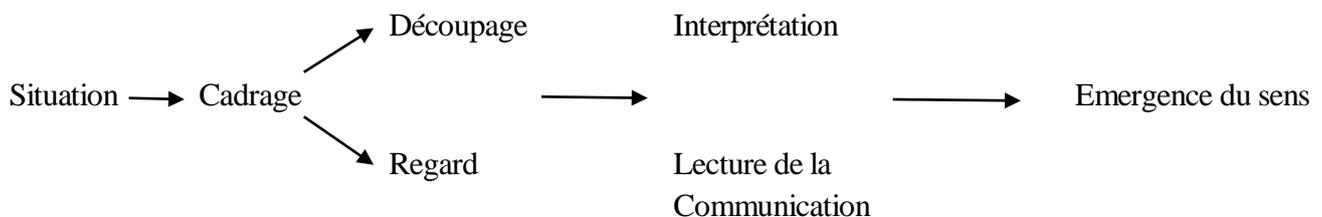
✚ Quels sont les éléments de communication des acteurs qui renvoient aux éléments de ce contexte physique de la situation ?

4) Construction du cadrage :

➤ Il y a toujours un cadrage dans une communication, la construction va se faire par des échanges entre des individus, il y a des interactions. Une interaction a lieu lorsqu'une unité d'action produit par un sujet A agit comme stimulus d'une unité réponse chez un autre sujet B et vice-versa.

Le cadrage se subdivise en 2 éléments : le découpage et le regard

- Le découpage : puisqu'il y a des interactions, une action réciproque ; il s'agit alors de la manière de subdiviser les interactions et de déterminer où se trouve le début et où se trouve la fin. Chaque participant opère le découpage qui lui convient.
- Le regard : il s'agit de la manière dont on conçoit la communication, cela varie beaucoup selon l'individu et surtout selon la culture du pays. La notion de « ponctuation » de WATZLAWICK ne renvoie qu'à un seul élément, c'est le regard.



C'est le cadrage qui détermine l'interprétation de la communication.

- La ponctuation, l'échange de messages entre les partenaires est structuré par la ponctuation. Dans ce processus, il y a un jeu de stimulus durant l'échange. Pendant cette période, il va y avoir un des éléments du circuit de « stimulus », un autre comme « réponse » et le dernier le « renforcement ». Plus, l'échange sera plus long, plus chaque élément de la séquence sera donc en même temps stimulus, réponse et renforcement. La communication suppose un échange entre les partenaires, ce que l'autre fait engendrera un impact considérable sur l'autre, c'est-à-dire que chaque partenaire ponctue les faits selon leur point de vue.

5) **Élaboration de la communication : contenus et langages à utiliser**

- Le système d'interaction : selon Erving GOFFMAN : « l'interaction est l'influence réciproque que les partenaires exercent sur leurs actions respectives en présence physique et immédiate des uns des autres », on peut utiliser la communication verbale et la communication non-verbale.
 - ✚ Interaction symétrique : se passe entre les participants en relation égalitaire. Les partenaires ont tendance à adopter un comportement en miroir. Elle se caractérise par la minimisation et l'égalité de la différence.
Exemple : deux individus échangent des idées, chacun écoute l'autre et enrichie la construction des idées de l'autre. Ils sont dans une interaction symétrique.
 - ✚ Interaction complémentaire : se produit quand les participants sont en relation hiérarchisée. Ce n'est pas l'un des partenaires qui impose une relation complémentaire à l'autre, chacun agit tout simplement d'une façon qui présuppose et justifie le comportement de l'autre, leurs perceptions de la relation sont concordantes.
Exemple : deux individus abordent un sujet technique sur lequel l'autre est beaucoup plus compétent que l'autre. Celui-ci va devoir accepter la supériorité de l'autre et laisse prendre la direction sur cette partie du projet. Ils sont dans une interaction complémentaire.
- La communication généralisée : elle a lieu quand on est dans une situation de face à face.
Pour le cas du non-verbal, on ne dispose pas de règle précise. L'utilisation de 2 ou plusieurs langages peut se faire sous 2 formes :
 - ✚ En forme simultanée
 - ✚ En alternance

On évoque la communication généralisée car l'interprétation de la communication doit porter sur l'ensemble et non pas sur l'un des éléments partiels et il ne doit pas y avoir de contradiction entre les messages délivrés par les différents instruments.

6) Diffusion de la communication : supports classiques et supports numériques

Le support est un élément physique sur lequel se repose un document, et détermine ainsi son mode de consultation et de conservation. Il y a les supports classiques et les supports numériques.

- Les supports classiques : ils sont encore utilisés de nos jours, ce sont les supports en papier comme le cas des affiches ; il est beaucoup plus facile de certifier l'authenticité d'un document en papier qu'en version numérique. Voici quelques exemples de supports classiques :

- ✚ Imprimé : document reproduit sur papier au moyen des techniques de l'imprimerie.

- ✚ Manuscrit : document écrit à la main sur un ou plusieurs papiers.



- Les supports numériques : ce sont les éléments matériels dans lesquels les informations scriptovisuelles, audio ou audiovisuelles sont déposées. Il existe beaucoup de supports numériques comme :

- ✚ Les disques

- ✚ Les cartes à puce

- ✚ Les mémoires informatiques

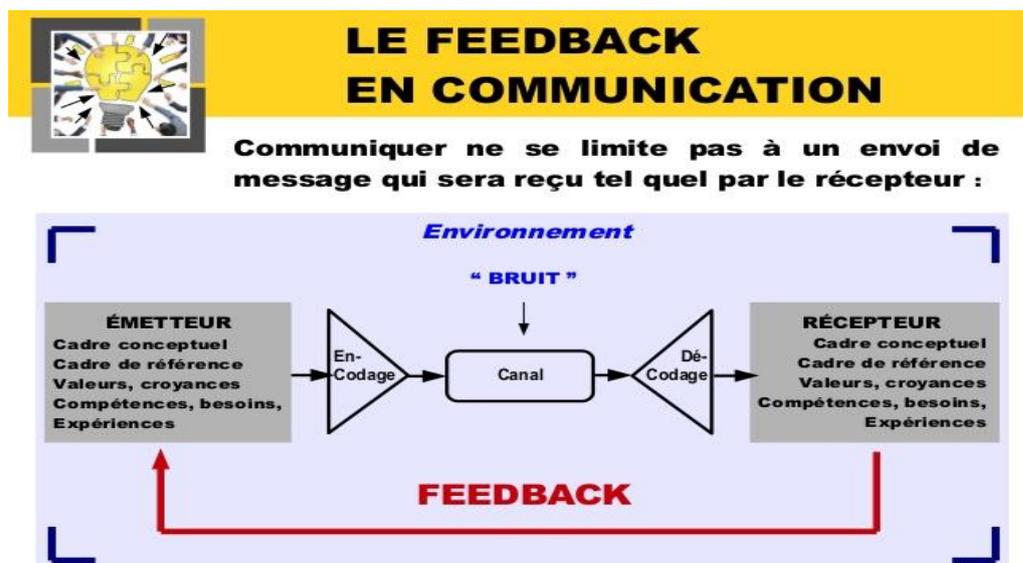
- ✚ Les téléphones et beaucoup d'autres encore



On peut également diffuser les informations via les médias, on parle de communication médiatisée quand les médias servent d'intermédiaire. Bien évidemment, il y a la communication verbale et la communication non-verbale.

7) Impacts ou effets de la communication : problème de recueil et analyse

- La rétroaction : c'est une technique de communication qui consiste à réagir à une action, à un fait ou à un propos ; on peut également l'appeler « feedback ». La rétroaction est essentielle à la croissance en ce sens qu'elle fournit des informations qui sont nécessaires pour nous, c'est pour connaître si nos actions ou nos propos ont produit le résultat qu'on attend, cela va permettre de nous ajuster en cas de besoin. Elle doit être bien analysée, respectueuse et s'appuyer sur des arguments appropriés en tenant compte des caractéristiques de la personne. De cette manière, les propos évoqués auront plus de chance d'être perçus comme utiles et pertinents et seront alors mieux reçus. Le genre de rétroaction qu'on reçoit affecte nos comportements. Une rétroaction négative peut nous décourager ou bien à nous inciter à changer tandis qu'une rétroaction positive va nous encourager à daigner suivre l'échange voire même à aller plus loin. Sans rétroaction, il n'y a pas d'échange.



- Il est nécessaire de faire une collecte d'information, et ensuite faire une sélection. Les impacts peuvent être mesurés au niveau des relations entre le destinataire et le destinataire, au niveau de la diffusion de la communication et par rapport à la quantité et qualité des informations transmises.

8) Confrontation des résultats avec les objectifs

Il s'agit de comparer les résultats acquis avec les objectifs. Il est probable qu'il n'y aura pas de coïncidence entre le résultat et l'objectif. La communication est toujours efficace, c'est-à-dire que la communication aura un effet quelconque. Le but est de faire une communication efficace, il s'agit d'une communication qui a atteint son ou ses objectifs, et toute communication peut être inopérante.

En cas de résultat positif, il est nécessaire de peaufiner la communication pour un meilleur résultat mais si le résultat est négatif, il est primordial de changer de stratégie de communication, le mieux est de recommencer une nouvelle tentative dont la procédure sera bien évidemment différente de la première qui a échoué. Cela nécessite de trouver des autres moyens pour atteindre l'objectif posé.

9) Recadrage(s)

Refaire le cadrage est important pour bien comprendre la situation de communication, cela contraint donc la mise en place d'un nouveau cadrage beaucoup plus détaillé que le précédent. Il est nécessaire d'adopter le cadrage le plus large possible pour comprendre telle ou telle situation, on adopte alors un cadrage panoramique qui est même recommandé par MUCCHIELLI.

10) Reprise de chaque étape avec le(s) recadrage(s) éventuels

Il s'agit de reprendre toutes les différentes étapes du modèle SEDIAC, 9 en tous en excluant cette dernière qui forme un système, un système est un ensemble d'éléments communs, c'est-à-dire un ensemble organisé et qui entretient entre eux des rapports précis.

Après la mise en place des 9 étapes :

- Détermination des enjeux
- Détermination des objectifs
- Analyse de la situation de communication
- Construction du cadrage
- Élaboration de la communication
- Diffusion de la communication
- Impacts ou effets de la communication
- Confrontation des résultats avec les objectifs
- Recadrage(s)

On arrive à la fin de l'étape pour conclure une action de communication, en tenant compte du recadrage éventuel.

Deuxième partie :

Application sur une action de communication : Inauguration stade BAREA

Le stade Barea, nommé stade de Mahamasina avant l'extension de ce dernier est le stade de football et de l'athlétisme dans le quartier de Mahamasina à Antananarivo, dans la capitale de Madagascar. C'est le plus grand stade de la grande île puisqu'il possède une capacité de 40 880 places et à part cela son architecture s'inspire de la forme des ravinala (plante tropicale originaire de Madagascar) et des collines de l'Imerina.

Le quartier de Mahamasina, où le stade a été construit, tire son étymologie du « *maha masina* » qui se traduit en français par "*Ce qui rend sacré*" à cause de la présence d'une pierre sacrée. Et pour rappel, le premier président de Madagascar Philibert Tsiranana, a déclaré l'indépendance sur cette même pierre, la date du 26 juin 1960. Il y a un siècle plus tôt, en 1861, la plaine de Mahamasina a accueillie la cérémonie de couronnement du roi Radama II.

Suite à la mise en place de la colonie de Madagascar, un stade de seulement 3 000 places a été construit. Aucune rénovation ne fut effectuée avant l'Indépendance. Depuis la fin des années 1970, le stade a connu quatre extensions dont celle ayant débuté en 2020.

La rénovation du stade est un projet d'envergure et le stade doit suivre les normes internationales qui changeront les habitudes des sportifs et des artistes qui travaillent quotidiennement sans oublier les écoles qui envoient ses élèves pratiquer le sport sur ce fameux stade. Le stade est renommé « stade Barea » en hommage à l'équipe nationale de Madagascar qui a brillé lors de la CAN 2019, c'est un symbole de la fierté.

Ainsi donc il s'agit d'un événement particulier dans l'histoire de Madagascar et la communication est belle est bien présente durant l'inauguration de ce stade. La communication à faire passer c'est de transmettre au peuple qu'il s'agit d'un projet pour le développement du football à Madagascar et que la rénovation de celui-ci est une grande fierté pour tous les Malgaches.



Pour la deuxième partie de ce mémoire, ce sera alors l'inauguration du stade de Barea en utilisant le modèle **SEDIAC : Stratégie d'Elaboration et de Diffusion d'une Action de Communication** par Elisa RAFITOSON. Pour rappel, il y a 10 étapes dans le modèle SEDIAC qui sont :

- Détermination des enjeux (ERIC BERNE)
- Détermination des objectifs (ROMAN JAKOBSON, VALIQUETTE)
- Analyse de la situation de communication (DELL HYMES, ALEX MUCCHIELLI)
- Construction du cadrage (école de palo alto)
- Élaboration de la communication (contenus et langages à utiliser)
- Diffusion de la communication (supports classiques et supports numériques)
- Impacts ou effets de la communication (problème de recueil et analyse)
- Confrontation des résultats avec les objectifs
- Recadrage(s)
- Reprise de chaque étape avec le(s) recadrage(s) éventuels

1) Les enjeux

Les enjeux d'un tel événement sont nombreux, surtout quand il s'agit de rénover un patrimoine national et surtout que le résultat doit correspondre aux attentes du peuple et le stade doit être bien évidemment homologué par la CAF (Confédération Africaine de Football). L'inauguration doit être bien réalisée et bien préparée pour pouvoir offrir un spectacle pour le public et pour garder la haute réputation du stade.

Concernant les enjeux informatifs, plusieurs sont les enjeux, comme la date de fin des travaux puisque le nouveau stade doit impérativement accueillir la première journée et la deuxième journée pour les éliminatoires de la coupe du monde, l'inauguration doit se faire avant les deux matchs ce qui veut dire qu'il y a donc des enjeux sur l'achèvement des travaux et l'homologation du stade pour pouvoir accueillir le public et ainsi mettre en place les matchs de la sélection nationale de football de Madagascar. L'inauguration doit passer avant les matchs puisque le stade sera inspecté, et une date avant les matchs doit être fixée pour cela. Un stade homologué fera un objet de fierté légitime pour la nation entière.

Pour le cas des enjeux identitaires, avec une infrastructure moderne respectant les normes requises, par les instances internationales telles la CAF et la FIFA (Fédération internationale de football association). De par sa taille, le stade Barea peut s'arroger le titre du « plus grand stade de l'océan Indien » tout en gardant les aspects historiques et qui caractérisent la grande île notamment avec les structures en forme de Ravinala et les collines de l'Imerina et son emplacement qui est sacré.

L'enjeu relationnel de la rénovation est de créer un lien d'unité entre le peuple et de leur offrir une meilleure perspective d'avenir dans le cadre du sport. C'est un héritage pour les générations futures. À part, le changement de nom est dû par la solidarité des Malgaches qui ont supportés les Barea durant la coupe d'Afrique des Nations (CAN) et par le fait que

les joueurs ont portés haut les couleurs nationales pour offrir une immense joie à tout le peuple Malgache et cela a entraîné une pensée positive sur l'avenir du football ; définir le nom du stade permettra alors de repenser à la performance de haut niveau de la nation durant la CAN et de garder la solidarité et l'union entre le peuple.

2) La détermination des objectifs (fonction de JAKOBSON et de VALIQUETTE)

a) Les fonctions de JAKOBSON :

Petit rappel, la fonction de JAKOBSON comporte 6 fonctions : la fonction expressive ou émotive, la fonction conative ou impressive, la fonction référentielle, la fonction phatique, la fonction métalinguistique et la fonction poétique.

Durant le discours du président de la République concernant l'inauguration du stade, et la prise de parole du capitaine de la sélection nationale, les 6 fonctions de JAKOBSON ont été utilisées.

Les fonctions expressives durant l'inauguration :

Les discours du Président :

- « comme signe de joie et de marque de salutations, nous allons... »
- « C'est dans ce stade que nous défendons nos couleurs et notre honneur »
- « C'est ici aussi que nous devons montrer notre solidarité, notre fraternité et notre patriotisme »
- « Mon souhait est de faire de ce stade une arène symbolisant des victoires pour le peuple Malagasy et pour l'Émergence de Madagascar »

Les discours du capitaine de Barea :

- « Nous sommes reconnaissants envers tous les supporters »
- « Le stade est vraiment magnifique »

Les fonctions conatives ou impressives durant l'inauguration :

Les discours du Président :

- « On va crier et s'applaudir tous ensemble pour l'achèvement de ce projet »
- « Nous devons avoir une vision à long terme »
- « Nous devons voir grand. Nous devons également être soucieux de l'entretien de ce bel édifice »
- « Nous ouvrons une nouvelle page aujourd'hui »
- « L'honneur du pays sera défendu dans ce Stade. Un lieu qui renforcera la solidarité du peuple »

Les discours du capitaine de Barea :

- « Les barea feront tout pour satisfaire les Malgaches pour le match suivant »

- « Nous remercions le président Andry Rajoelina pour ce cadeau qu'il nous a offert et non seulement aux Barea mais surtout à tous les s »
- « «Nous allons faire des efforts afin que nous puissions revivre les moments forts que nous avons vécus ensemble lors de la CAN »

✚ Les fonctions référentielles :

Les discours du Président :

- « Mahamasina possède une histoire... »
- « C'était sur ce lieu sacré que les Rois et Reines de Madagascar ont fait leurs apparitions publiques. C'était sur ce lieu que les Présidents de la République, nouvellement élus ont été investis. Et c'est également sur ce stade qu'est célébrée chaque année notre fête nationale qui est en même temps la fête de l'Armée Malagasy »
- « Aujourd'hui, après une rénovation totale, le Kianja Barea fera également la renommée de Madagascar »

Les discours du capitaine de Barea :

- « Certes, nous avons été battus jeudi mais la balle est ronde. Il nous reste encore cinq matches pour fournir tous les efforts, et pour faire de notre mieux pour terminer premier dans la poule J »

✚ Les fonctions phatiques : elle est utilisée pour établir, maintenir ou interrompre le contact physique ou psychologique avec le récepteur.

Les discours du Président :

- « mes salutations au peuple Malgache »
- « vous, qui sont présents là... »
- « Le Stade Barea est ouvert et appartient à tous les Malagasy. C'est un bien commun et un patrimoine de l'Etat »

Les discours du capitaine de Barea :

- « Mes salutations envers le peuple et au président de la République »
- « N'est ce pas beau ? »
- « Merci à tous et on se voit pour le prochain match des barea »

✚ Les fonctions métalinguistiques : elle est relative au code.

Les discours du Président :

- « Mahamasina, un lieu sacré... »
- « C'est un lieu sacré pour nous les Malgaches. Un lieu où les Rois s'adressaient à la population, un lieu où les Présidents de la République prêtent serment »

✚ Les fonctions poétiques :

Les discours du Président :

- « Alefa Barea »

Les discours du capitaine de Barea :

- « Alefa Barea »



Remarque : les fonctions de JAKOBSON peuvent se superposer entre elles. On peut citer le cas de « C'est ici aussi que nous devons montrer notre solidarité, notre fraternité et notre patriotisme », la fonction conative est également présente dans cette phrase.

b) Les fonctions de VALIQUETTE :

- Fonction expressive: Elle consiste à exprimer des émotions, des sentiments ou des opinions. Elle est centrée sur le destinataire qui manifeste son affectivité, ses émotions. Elle englobe également l'acquisition d'expressions, d'un style, d'une façon bien personnelle de s'exprimer. C'est l'expression du « MOI ».

Les discours du Président :

- « comme signe de joie et de marque de salutations, nous allons... »
- « C'est dans ce stade que nous défendons nos couleurs et notre honneur »
- « C'est ici aussi que nous devons montrer notre solidarité, notre fraternité et notre patriotisme »
- « Mon souhait est de faire de ce stade une arène symbolisant des victoires pour le peuple Malagasy et pour l'Émergence de Madagascar »

Les discours du capitaine de Barea :

- « Nous sommes reconnaissants envers tous les supporters »
- « Le stade est vraiment magnifique »

- Fonction informative : quand il s'agit de transmettre des éléments de connaissance.

Les discours du Président :

- « Mahamasina possède une histoire »
- « C'était sur ce lieu sacré que les Rois et Reines de Madagascar ont fait leurs apparitions publiques. C'était sur ce lieu que les Présidents de la République, nouvellement élus ont été investis. Et c'est également sur ce stade qu'est célébrée chaque année notre fête nationale qui est en même temps la fête de l'Armée Malagasy »
- « Aujourd'hui, après une rénovation totale, le Kianja Barea fera également la renommée de Madagascar... »

Les discours du capitaine de Barea :

- « Certes, nous avons été battus jeudi mais la balle est ronde. Il nous reste encore cinq matches pour fournir tous les efforts, et pour faire de notre mieux pour terminer premier dans la poule J »

➤ Fonction conative persuasive : Elle consiste à persuader son interlocuteur.

Exemple : c'est délicieux la soupe de chez ma grand-mère.

Les discours du Président :

- « On va crier et s'applaudir tous ensemble pour l'achèvement de ce projet »

Les discours du capitaine de Barea :

- « Nous allons faire des efforts afin que nous puissions revivre les moments forts que nous avons vécus ensemble lors de la CAN »

➤ Fonction conative régulatoire : faire une pression sur l'autre.

Cette fonction n'a pas été utilisée durant l'inauguration.

➤ Fonction conative ludique : Elle consiste à jouer, on adopte un jeu de langue.

Cette fonction n'a pas été utilisée durant l'inauguration.

3) Analyse de la situation de Communication : modèle SPEAKING de Dell HYMES et théorie sémio-contextuelle de Alex MUCCHIELLI

a) Le modèle SPEAKING :

➤ Le paramètre « S » ou situation :

Le premier paramètre détermine le cadre de la communication, on peut évoquer le cadre physique et le cadre socioculturel.

Le cadre matériel ou physique : il s'agit du lieu où se déroule la communication. Concernant l'endroit ou le lieu, il s'agit bien d'un lieu formel ; Mahamasina est un endroit sacré pour les Malgaches et c'est cela qui engendre l'utilisation de la communication formelle. Le lieu peut avoir des impacts sur la communication et le déroulement de l'inauguration s'est passée bien évidemment dans l'enceinte du nouveau stade ce qui veut qu'il s'agit donc d'un lieu formel, en plus l'endroit est sacré en tenant compte de son nom et son histoire. Un tel événement est précieux aux yeux des Malgaches.

L'inauguration consiste à déclarer l'ouverture au public du nouveau stade, la communication est impérativement formelle ; c'est-à-dire qu'il faut respecter une certaine tenue dans le comportement. L'utilisation du niveau de langue élaboré ou soutenu est souhaitable lors d'une inauguration voire même un niveau de langue élaboré puisque ce sera le Président de la République qui va prendre la parole. Il est strictement préférable de ne jamais utiliser un niveau de langue familier et surtout « vulgaire ». L'inauguration doit se passer dans une communication formelle.

Le temps, il s'agit du temps qu'il fait le jour de l'inauguration. Le temps peut exercer une influence incontestable au niveau de la communication et la température a variée entre le 13° et le 20° ce jour là, il faisait ni trop froid ni trop chaud, juste dans la moyenne et cela a causée une bonne volonté de communiquer entre les participants de l'événement.

Le cadre socioculturel : il s'agit des des moments et des domaines.

Pour les moments, il y avait :

- L'ouverture du stade pour le public
- Le début des animations pour divertir le public
- L'arrivée du cortège présidentiel
- L'entrée du Président de la République
- Rejoint des places des hautes personnalités avec le Président et sa famille
- Ouverture de cérémonie
- Prières
- Prise de parole du Président
- Prise de parole du capitaine de Barea
- Coup d'envoi du match amical entre les réservistes de barea contre le CFFA Andoharanofotsy
- Lancement des feux d'artifices
- Fermeture de l'inauguration

Un événement quelconque fait partie du domaine sportif.

➤ Le paramètre « P » ou participant :

Les participants sont tous ceux qui prennent part à la communication.





Récepteur allocutaire et non-allocutaire :

- Un récepteur allocutaire est un récepteur ciblé par l'émetteur, et pour le cas de l'inauguration, le récepteur est le public Malgache à travers toute la grande île. Non seulement les informations ont été partagées pour le public présent mais pour également à ceux qui regardent l'événement à partir des diffusions sur la télévision et par radio. L'inauguration est destinée à être entendue par tout le peuple Malgache.
- Concernant le récepteur non-allocutaire, ce sont les étrangers qui suivent de près les actualités du football et il est certain qu'un tel événement soit partagé en dehors du pays et que les étrangers entendent l'événement qui se passe à Madagascar. Tous les Malgaches sont concernés dans l'inauguration du stade de Barea.

Distinction entre récepteur ratifié et récepteur non-ratifié :

- Récepteur ratifié : récepteur dont la présence est acceptée pendant la communication, il s'agit donc du grand public présent et des invités spéciaux comme les hautes personnalités durant l'inauguration et ainsi que les animateurs avec les artistes et les joueurs de la sélection nationale Malgache.
- Récepteur non-ratifié : c'est le récepteur qui reçoit la communication sans y être invité ce qui engendre alors une influence sur le déroulement de la communication ; et pour le cas de l'inauguration il n'y avait pas de récepteur non-ratifié parce que les personnes invitées sont des récepteurs ratifiés et le grand public est également accepté puisqu'il s'agit de présenter de façon officielle l'ouverture d'un stade mythique qui possède une grande valeur aux yeux du peuple Malgache.

Caractéristiques des participants :

C'est le nombre des participants, et durant l'inauguration, des milliers de personnes sont présentes et le nombre de personnes autorisées à venir assister à l'inauguration s'élève à 10 000 avec le Président et sa famille, les hautes personnalités, les artistes, les animateurs, les joueurs de Barea et ceux qui ont suivi l'inauguration par d'autre moyen de diffusion.

- La communication interpersonnelle ou interindividuelle : il s'agit d'un individu et un autre individu, et la communication interpersonnelle n'a pas été très utilisée durant l'événement, le seul moment où elle a été utilisée c'est quand le capitaine de Barea a

remercié personnellement le Président de la République pour le projet de rénovation du stade pour un avenir meilleur du monde du football malgache.

- La communication de groupe : cela nécessite primordialement un groupe.
 - ✚ Un individu qui s'adresse à un groupe, c'est le cas du Président de la République qui s'adresse au public durant l'inauguration, pareil quand le capitaine de Barea a pris la parole pour exalter au public son immense joie concernant la réalisation de la rénovation du stade.
 - ✚ Un groupe qui s'adresse à un individu, quand le public a scandé « merci capitaine, alefa Barea » pour montrer leur affection et leur gratitude envers le célèbre capitaine de Barea et tous les autres joueurs de la sélection.
 - ✚ Un groupe qui s'adresse à un groupe, on peut prendre le moment où les animateurs se sont tournés vers le Président de la République en évoquant leurs remerciements concernant l'achèvement du stade.

Distinction en présence et non-présence :

Il s'agit de la situation de face à face, GOFFMAN a défini la situation de face à face comme une situation où l'individu se trouve dans une présence physique immédiate des uns des autres.

- La situation de présence : il faut s'entendre et ensuite, il faut se voir. On peut parler de toutes les personnes présentes durant l'inauguration qui sont : le Président et sa famille, les autres hautes personnalités, les animateurs, les artistes et le public, mais une certaine distance sépare le public présent dans le gradin et les personnes qui sont installées dans les tribunes, le Président est assis dans les tribunes comme les hautes personnalités mais le public peut l'entendre par l'intermédiaire des micros et peut le voir et ainsi que les autres personnes dans les tribunes. Les personnes dans les tribunes peuvent voir de plus près le Président de la République.
- La situation de non-présence : qui ne se trouve pas dans une situation de proximité physique immédiate. On parle ici des personnes qui suivent l'événement grâce à la technologie, plusieurs personnes ont suivies l'inauguration en dehors du stade puisque la chaîne de télévision nationale TVM a diffusée l'événement et ainsi que la radio RNM.

Distinction entre récepteur personnalisé et récepteur anonyme :

- Récepteur personnalisé : les participants entretiennent entre eux des relations personnelles et l'existence de ces relations personnelles sont manifestées par la communication. On peut évoquer le cas du discours du Président parce qu'il essaie de créer un sentiment d'amitié entre le peuple Malgache et il évoque également sa joie concernant l'aboutissement du projet de rénovation ; côté public, on a pu voir qu'il est reconnaissant envers le Président de la République.
- Récepteur anonyme : quand ne connaît pas le récepteur, on n'entretient pas de relation personnelle ; on peut dire que ce fut le cas lors de la séance de prière. L'émetteur ne connaît pas le public et il n'entretient pas de relation personnelle durant la prière.

Relation entre les participants :

La nature des relations entre participants influent le déroulement de la communication. La nature des relations déterminent le sens de la communication. Durant l'inauguration, les participants ont mis en place une relation positive, pour montrer la solidarité des Malgaches et pour profiter d'un tel événement qui restera graver dans l'histoire de la capitale. Une relation négative est impérativement à éviter lors d'une inauguration.

Communication horizontale et communication verticale :

- Communication horizontale : les communications sont égalitaires parce que les participants se trouvent au même niveau. En occurrence pour le public, la communication qui se passe entre le public est naturellement horizontale.
 - Communication verticale : c'est le cas des relations hiérarchisées, on peut affirmer qu'il s'agit d'une communication hiérarchisée quand le Président s'est adressé au public puisqu'il est placé en plus haut de la hiérarchie.
- Le paramètre « E » ou finalité : il s'agit des 6 fonctions de Roman JAKOBSON.
Ce paramètre a déjà été établi dans la deuxième étape avec la détermination des objectifs.
- Le paramètre « A » ou actes :
L'inauguration fait partie de la communication ritualisée puisqu'il y a du rituel, plus précisément des démarches sont à suivre et à respecter, il y a des étapes à suivre.
Quand il s'agit d'un projet de rénovation d'un patrimoine nationale qui concerne tout un peuple, c'est le Président qui doit faire l'inauguration pour marquer qu'il est là pour apporter du changement dans le pays. L'événement doit être marqué par une bonne ambiance avec un bon accueil vu qu'il ne s'agit pas seulement d'une fête, mais aussi d'une stratégie pour faire repérer le tout nouveau stade qui va accueillir les prochains matchs de Barea.
Pour peaufiner l'inauguration, après les spectacles, l'ouverture de la cérémonie doit commencer avec les prières, ensuite la prise de parole du Président, remise de la clé du stade au Président par le CSCOD, après discours du capitaine de Barea, puis le match amical opposant les réservistes de barea contre le CFFA et à la fin le lancement des feux d'artifices.



➤ Le paramètre « K » ou tonalité :

Il s'agit de l'ambiance ou de l'atmosphère dans laquelle se déroule la communication. On distingue 3 grands types de tonalité, la tonalité positive, la tonalité négative et la tonalité neutre. Pour le cas de l'inauguration, la tonalité à adapter est la tonalité positive, c'est lorsque l'atmosphère est détendue, voire joyeuse ; il y a communication coopérative. Un stade de renom rénové suscite largement l'épanouissement du peuple malgache, cela engendre une grande fierté et de la joie pour tous. C'est logique d'adopter une tonalité positive pour un événement quelconque.

➤ Le paramètre « I » ou instruments :

C'est l'ensemble des instruments qu'on peut utiliser pour communiquer, il existe plusieurs instruments utilisés durant l'inauguration :

- La télévision/Radio/Affiche/Annonce publicitaire
- Communication verbale et non-verbale : pour le cas de la communication verbale on peut citer les discours du Président de la République et comme communication non-verbale, les gestes et les postures du capitaine de Barea.
- Le langage des organes de sens :
 - Langage auditif : comme le bruit de l'exaltation du public.
 - Langage visuel : on peut dire le cas du visuel du nouveau stade.
 - Langage tactile : par exemple, le toucher des nouvelles chaises sur les tribunes
 - Langage gustatif :
 - Langage olfactif : l'odeur de la fumée provoquée par les feux d'artifices.

➤ Le paramètre « N » ou normes :

Ce paramètre définit des règles qu'il faut appliquer quand on communique.

Les langues langagières : le langage utilisé dépendra de la situation de communication.

Les langues du langage à utiliser :

- Les langues du langage verbal, exemple : discours présidentiel.
- Les langues du langage non-verbal, exemple : le code vestimentaire de la famille RAJOELINA.

Les normes d'interprétations : Il y a la dénotation et la connotation.

- La dénotation : c'est le sens stable, objectif et commun à tous les usagers de la langue en question. La dénotation a été utilisée durant l'inauguration puisqu'il s'agit d'un lieu formel avec une communication formelle.
- La connotation : pour rappel, la connotation est un ensemble de significations secondes provoquées par l'utilisation d'un matériau linguistique particulier et qui viennent s'ajouter au sens conceptuel, fondamental et stable, qui constitue la dénotation. La connotation n'a pas été utilisée durant l'inauguration.

Les normes d'interactions : il s'agit de la connexion et les effets conatifs des uns sur les autres. C'est le partage de joie et de fierté entre Malgaches qui s'est produit.

- Le paramètre « G » ou genre : Communication politique et sportive.

4) Construction du cadrage :

Le cadrage se subdivise en 2 éléments : le découpage et le regard

- Le découpage : puisqu'il y a des interactions, une action réciproque ; il s'agit de la manière de subdiviser les interactions et de déterminer où se trouve le début et où se trouve la fin. Le découpage est individuel. Un individu peut avoir comme découpage de l'inauguration comme ceci : le début commence à partir du moment où le Président prend la parole pour débiter la cérémonie et la fin se termine quand celui-ci demande la mise en place du lancement des feux d'artifices. Un autre peut aussi interpréter l'inauguration comme ceci : le début commence quand les animateurs ont commencés à faire des spectacles et la fin après la prise de parole du capitaine de Barea, puisque la clé est déjà remise au Président et les prochaines étapes étaient le match amical et le lancement des feux d'artifices.
- Le regard : il s'agit de la manière dont on conçoit la communication, comme le découpage, cela varie beaucoup selon l'individu et surtout selon la culture du pays. Un individu peut prendre l'inauguration comme une propagande de l'actuel Président pour la prochaine élection.

5) Élaboration de la communication : contenus et langages à utiliser

- Le système d'interaction : selon Erving GOFFMAN : « l'interaction c'est l'influence réciproque que les partenaires exercent sur leurs actions respectives en présence physique et immédiate des uns des autres », on peut utiliser la communication verbale et la communication non-verbale.
 - ✚ Interaction symétrique : se passe entre les participants en relation égalitaire. Les partenaires ont tendance à adopter un comportement en miroir. On peut citer les discussions entre le public, par exemple : discussion entre deux personnes sur le gradin concernant l'inauguration, l'interaction sera symétrique, ils sont en relation égalitaire et aucune n'est supérieure par rapport à l'autre.
 - ✚ Interaction complémentaire : se produit quand les participants sont en relation hiérarchisée. Quand on parle d'interaction complémentaire, ce n'est pas l'un des partenaires qui impose une relation complémentaire à l'autre, chacun agit tout simplement d'une façon qui présuppose et justifie le comportement de l'autre, leurs perceptions de la relation sont concordantes. L'interaction complémentaire se passe d'une manière automatique. Exemple : Quand le Président de la République prend la parole pour débiter l'inauguration, le public se tait et écoute attentivement ses paroles et

il agira quand le Président le demande ou quand celui-ci a terminé ses discours.

- La communication généralisée : elle a lieu quand on est dans une situation de face à face.

Pour le cas du non-verbal, on ne dispose pas de règle précise. Quand le Président a eu la clé du stade, il l'a soulevée et montrée au public pour dire que le travail est bien fini et que le stade est utilisable pour tout le monde. On peut également traduire son geste d'une autre façon, c'est pour dire qu'il a tenu ses promesses concernant la rénovation du grand stade de Barea.

L'utilisation de 2 ou plusieurs langages peut se faire sous 2 formes :

- ✚ En forme simultanée
- ✚ En alternance

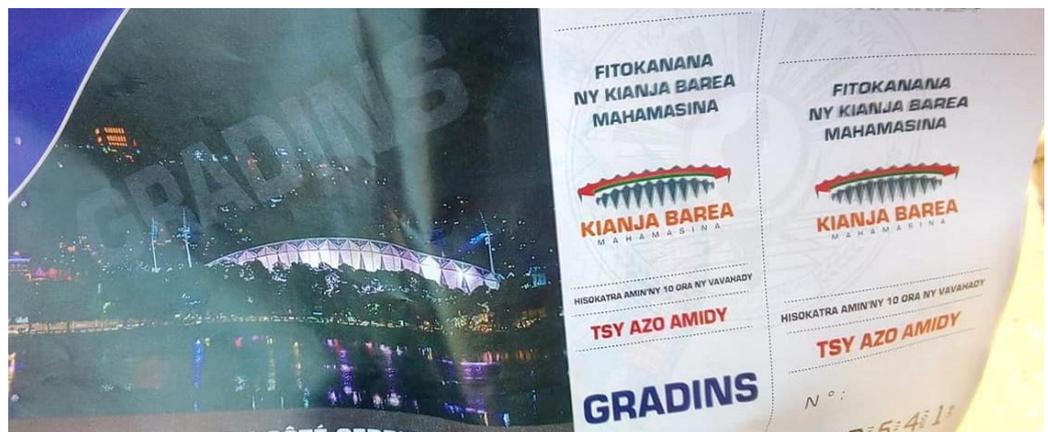
Durant l'inauguration, notre Président a utilisé bien évidemment le langage verbal et le langage non-verbal ; faire une inauguration nécessite du non-verbal pour bien animé le déroulement de l'événement, on peut évoquer le moment où il a pointé avec sa main l'emplacement de la pierre sacrée qui se situe au nord est. Puisqu'il s'agit d'inauguration, le Président doit impérativement prendre la parole pour évoquer ses opinions et les faits concernant le travail à inaugurer. Prendre la parole signifie utilisation du langage verbal. Pendant l'événement, on a pu voir que l'utilisation de 2 langages (verbal et non-verbal) a été sous forme simultanée et à un certain moment sous forme alternée.



6) Diffusion de la communication : supports classiques et supports numériques

Le support est un élément indispensable pour la réalisation d'un projet. C'est le support qui va permettre au public de savoir un événement quelconque. Il y a les supports classiques et les supports numériques.

- Les supports classiques : ils sont encore utilisés de nos jours, ce sont les supports en papier comme le cas des affiches ; cela permettra de certifier de manière très simple l'authenticité d'un document en papier qu'en version numérique. Le support classique a été utilisé durant l'inauguration, on peut citer le cas des billets d'entrée pour l'inauguration, il y a les billets pour le gradin et les billets pour les tribunes. L'affiche concernant la mise en place de l'événement a été produit sous forme de support classique et publié par la Présidence de la République de Madagascar, pareil pour l'annonce concernant les ventes des billets concernant l'inauguration et les billets pour le premier match dans le stade Barea publié la Présidence de la République de Madagascar et à la fin de l'événement, le Président de la République à adresser ses sincères remerciements à tous les participants de l'inauguration et en affirmant que le stade est bien ouvert au peuple Malgache, comme les annonces concernant les billets et la mise en place de l'inauguration c'est la Présidence de la République de Madagascar qui a publiée les remerciements du Président.





**FAMPAHAFANTARANA MIKASIKA NY FANDAMINANA
HIDIRANA AMIN'NY LANONANA FANOKAFANA SY FITOKANANA
NY KIANJA BAREA MAHAMASINA**

Taorian'ny fifampiresahan'ny fitondram-panjakana tamin'ny FIFA sy ny CAF dia tapaka fa :

Amin'ny alakamisy 02 septambra 2021 ho avy izao no hotontosaina ny fanokafana ara-pomba ofisialy ny Kianja Barea Mahamasina izay handraisana ny lalao fifanitsanana hiatrehana ny "Coupe du Monde 2022" hifanatrehan'ny ekipam-pirenena Malagasy Barea sy ny ekipam-pirenen'i Bénin. Izany dia hotronon'ny kintan'ny baolina kitra maneran-tany Samuel ETO'O.

Ny lalao amin'ny alakamisy 2 septambra 2021 dia afaka hatrehan'ny olona miisa 10.000.

Tapakila ny alakamisy 02 septambra 2021:

- Ny **tapakila nozaraina maimaim-poana** dia ho an'ireo mpankafy baolina kitra eny amin'ny Gradins.
- Misy kosa ny **Tapakila VIP eo amin'ny Tribune** izay ho amidy 30.000 ariary sy 20.000 ariary eny an-toerana.

Ny fitokanana amin'ny fomba ofisialy ny Kianja Barea Mahamasina kosa dia hotontosaina amin'ny asabotsy 04 septambra 2021 hiarahantsika vahoaka Malagasy rehetra, miaraka amin'ny Barea sy ireo mpanakanto fantan-daza maro hanafana ny lanonana ary **ho faranana amin'ny afomanga lehibe.**

Tapakila ny asabotsy 04 septambra 2021:

- Miverina ny fizarana tapakila manomboka ny **alarobia 1 septambra 2021** sy ny **Zoma 3 Septambra 2021** eo amin'ny Kianja Barea Mahamasina ho an'ireo izay hanatrika ny **fitokanana.**

Tsara ny mampahafantatra fa hivantana amin'ny TVM sy ny RNM ihany koa ny lalao Madagasikara-Bénin sy ny lanonana fitokanana ny Kianja Barea Mahamasina.

Entanina ny rehetra hanaraka antsakany sy andavany ny fandaminana rehetra ary hitandro ny filaminana hatrany.

Hira-hifaly isika, hiray fo, hira-hientana hiaraka hanohana ny ekipa nasionaly sy ny fandraisana ity fotodrafitrasa vaovao ity, izay najoro ho an' ny voninahitry ny fanatanjahantena Malagasy sy ny reharem-pirenena



FISAORANA

Tontosa soa aman-tsara ny lanonana nitokanantsika ny Kianja BAREA Mahamasina omaly asabotsy 04 septambra 2021.

Maneho ny fankasitrahana sy manantitra ny fisaorana an'ireo rehetra nandray anjara tamin'ny fikarakarana ny tenako ka nahatomombana soa aman-tsara iny fotoan-dehibe iny.

Isan'izany ireo mpilalaon'ny BAREA sy ireo mpanakanto, ireo mpitandro ny filaminana, ireo mpiara-miasa eo anivon'ny Fiadidiana ny Repoblika sy ny tao amin'ny Minisiteran'ny Fanatanjahantena, ireo mpanao gazety, ny haino aman-gerim-panjakana (TVM sy RNM) sy tsy miankina izay niara-nifarimbona tamin'ny fampitana mivantana ny fankalazana, ireo teknisiana rehetra ary ireo rehetra izay niara-nisalahy tamin'ny fanatontosana iny fankalazana manetriketrika iny.

Fa indrindra, isaorako manokana ny filaminan'ny vahoaka nanatrika, tsy ny avy eto an-drenivohitra ihany, fa ireo tonga maro avy any amin'ny Faritra 23, ireo Ampanjaka sy Raiamandreny, sady nanome voninahitra iny lanonana iny, ary nanaja ireo fandaminana rehetra napetraka.

Koa misokatra ary napetraka ho antsika Malagasy rehetra ny Kianja BAREA Mahamasina, izay fananana iombonana no sady fananam-pirenena.

Io no kianja hiarovana ny voninahi-pirenena, hampiray fo sy hampiray saina ny vahoaka Malagasy rehetra.

Ny Filohan'ny Repoblika

Andry RAJOELINA

- Les supports numériques : ce sont les éléments matériels dans lesquels les informations scriptovisuelles, audio ou audiovisuelles sont déposées ou partager.
Pour le cas de l'inauguration, les supports numériques utilisés sont :
 - L'écran géant à droite de la tribune
 - Les micros
 - Les baffles sonores
 - Les instruments musicaux
 - Les caméras

- Concernant les supports médiatiques, la chaîne de télévision « TVM » a diffusé l'événement du début jusqu'à la fin.
La radio RNM a également pris part de cet événement.



7) Impacts ou effets de la communication : problème de recueil et analyse

- La rétroaction : c'est une technique de communication qui consiste à réagir à une action, à un fait ou à un propos ; il est aussi appelé « feedback ».

La rétroaction sera toujours présente dans n'importe quelle situation, elle peut se produire sous forme verbale et non verbale et la plupart du temps c'est les deux en même temps. Affirmativement, il y avait de la rétroaction durant l'inauguration du stade de Barea, on peut prendre comme exemple quand le Président de la République a dit « on va crier et s'applaudir tous ensemble pour l'achèvement de ce projet... » instantanément le public s'est mis à applaudir fortement avec des cris de joie et de reconnaissance et le Président applaudit aussi quand le public a suivi ses instructions.

On peut affirmer une autre rétroaction qui s'est manifestée dès le début de la mise en place de l'inauguration. Après la fin des constructions et de l'établissement du programme de l'inauguration, le Président a fait appel au public de venir pour fêter l'achèvement du stade ; suite à son annonce, plusieurs personnes ont répondu présent pour assister à l'inauguration officielle du stade, c'est une rétroaction.

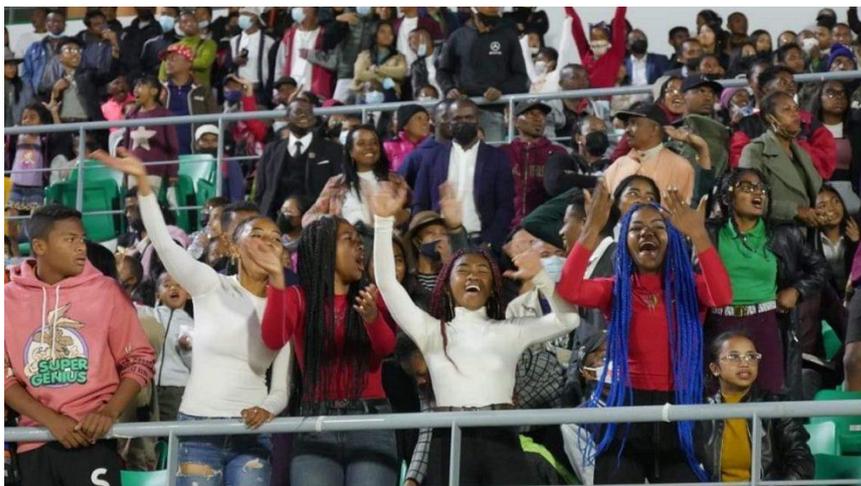
Une autre scène de rétroaction, on peut citer le moment où l'animateur a demandé au public de se lever, de crier fort et d'ériger bien haut les mains. Suite à cette demande de l'animateur, le public s'est mis à suivre ce qui a été dit : se lever, crier fort et ériger bien haut les mains; c'est la réaction du public envers l'animateur. C'est une rétroaction.



➤ Les impacts des communications faites peuvent être mesurés au niveau des relations entre le destinataire et le destinataire, au niveau de la diffusion de la communication et par rapport à la quantité et qualité des informations transmises.

On peut affirmer que l'inauguration s'est bien déroulée au niveau de la communication voire même dans les autres domaines. On peut recueillir :

- Le public est venu en masse pour assister à l'inauguration
- Le travail de rénovation est bien terminé
- Réussite sur les ventes des billets
- Les animateurs et les artistes ont assuré leurs tâches
- Historique du lieu bien transmis de façon structurée et très clair au peuple Malgache
- Les discours du Président ont eu un effet positif sur le public
- Les discours du capitaine de Barea ont donné plein d'espoirs aux Malgaches pour l'avenir du football malgache et du Barea
- Exaltation des joies des Malgaches
- Bonne ambiance assurée
- L'inauguration s'est bien passée sans faille ni imprévus



8) Confrontation des résultats avec les objectifs

On peut alors admettre que la communication a atteint ses objectifs principaux, le but est créer une bonne ambiance, faire renaître la solidarité des Malgaches et de prouver que l'état prend ses responsabilités pour l'émergence de Madagascar. Les analyses sur le déroulement de la situation montrent bien que les informations que l'état voulait communiquer ont été bien transmises au peuple Malgache, le message à faire passer c'est d'exalter son patriotisme et de créer un lien d'amitié entre le peuple par l'intermédiaire du football vu le résultat étonnant et positif après la CAN qui s'est déroulée en Égypte en 2019, le Président cherche également à se rapprocher du peuple pour montrer son amour et pour affirmer qu'il est le responsable du développement du pays et aussi pour affirmer qu'il fait des choses pour Madagascar.

En tenant compte des résultats après les analyses, on peut admettre qu'il y a un résultat positif et la communication a atteint ses objectifs. Une communication doit être efficace c'est-à-dire une

communication qui a atteint son objectif et une communication sera toujours efficace, plus précisément une communication efficace est une communication qui a un effet quelconque.

9) Recadrage(s)

Le fait de faire un recadrage consiste à revenir vers l'étape 4, il faut aborder un tout nouveau cadrage, mais cette fois-ci, on met en place un cadrage panoramique, c'est-à-dire un cadrage beaucoup plus large. Il s'agit d'un nouveau cadrage qui occupe une place capitale dans la communication. Elle peut porter sur le contenu ou la relation des échanges sur la communication surtout quand il y a une métacommunication. Il faudra donc revoir la communication véhiculée, l'interprétation de la cible au niveau de laquelle on communique. D'où la nécessité de reconsidérer le déroulement de la communication.

Il est nécessaire alors d'avoir un tout nouveau découpage et un nouveau regard en mode élargi. Pour le cas du découpage, on peut considérer que le début de la communication a commencé à partir du moment où le Président a affirmé que le stade va subir une grande rénovation avec une capacité de 40 880 places et quand le travail sera achevé, il fera appel au public Malgache pour assister à l'inauguration et pour fêter l'événement dans la solidarité, et pour la fin, on peut affirmer que la communication s'est arrêtée quand le Président a remercié le public de leur présence après le jour de l'inauguration.

Avec un cadrage panoramique, au niveau du regard on peut affirmer que l'inauguration est un plan stratégique pour montrer le soutien du Président pour l'avenir du sport et il réagit pour apporter du bien au peuple, il a tenu ses promesses et il tente de maintenir l'unification entre les Malgaches comme lors de la CAN 2019.

10) Reprise de chaque étape avec le(s) recadrage(s) éventuels

Dans la dernière étape, les 9 étapes sont à reprendre pour constituer l'ensemble de l'action de communication. Les 9 étapes sont :

- Détermination des enjeux (ERIC BERNE)
- Détermination des objectifs (ROMAN JAKOBSON, VALIQUETTE)
- Analyse de la situation de communication (DELL HYMES, ALEX MUCCHIELLI)
- Construction du cadrage (école de palo alto)
- Elaboration de la communication (contenus et langages à utiliser)
- Diffusion de la communication (supports classiques et supports numériques)
- Impacts ou effets de la communication (problème de recueil et analyse)
- Confrontation des résultats avec les objectifs
- Recadrage(s)

Suite à la reprise de chaque étape, il y a plusieurs actions de communication dans l'inauguration du stade de Barea. Chaque étape est bien définie pour conclure les détails de la communication.

En guise de conclusion, la mise en œuvre d'une ou plusieurs stratégies peut aboutir à une communication bien efficace. Pour aboutir à telle chose, il est nécessaire de bien étudier la situation et de choisir les stratégies adéquates pour atteindre les objectifs principaux de la communication. Le modèle SEDIAC ou Stratégie d'Elaboration et de Diffusion d'une Action de Communication a permis de prendre en compte tous les paramètres susceptibles d'intervenir en vue d'assurer l'efficacité de la communication et ainsi avec l'utilisation de celui-ci, l'utilisateur aura une meilleure vision sur le déroulement de la communication. C'est le cas concernant l'application du modèle SEDIAC sur l'inauguration du stade de Barea, on a pu dégager les stratégies de la communication de l'inauguration par l'utilisation de modèle SEDIAC.