

# La Gestion des Communications par le Contexte

**Mme Souâd RAFIQ**

Enseignant

chercheursouadrafiqu10@gm

[ail.com](mailto:souadrafiqu10@gmail.com)Ecole Nationale

Commerce et de Gestion,

ENCG Université Hassan I

Settat/ Maroc

## **Le titre : La Gestion des**

## **Communications par le Contexte**

### **Résumé :**

Le présent travail intitulé « La Gestion des Communications par le Contexte » se propose de démontrer l'importance de la communication et comment cette dernière pourrait être influencée par le contexte qui joue un rôle indispensable et constitue un facteur déterminant pour la gestion de celle-ci. C'est un modulateur de sens des communications. Cet article permet aussi de démontrer que l'efficacité de la communication dépend en grande partie du contexte.

Dans cet article nous allons mettre l'accent sur les différents contextes qui influent sur la communication à savoir le contexte physique, temporel, culturel et socio psychologique et de démontrer que pour chaque contexte il y a une communication appropriée et que d'un contexte à l'autre tout peut changer. Ceci dit l'article examinera donc quatre volets :

Le premier volet traitera le contexte physique et son influence sur la communication,

Le deuxième volet mettra en relief le contexte temporel,

Le troisième volet présentera le contexte interculturel qui essayera de démontrer qu'une communication est efficace au sein d'une culture mais elle ne l'est pas au sein d'une autre culture,

Le quatrième volet s'attardera sur le contexte socio psychologique qui démontrera que pour chaque relation de statut il y a une communication appropriée,

L'article donnera quelques précisions terminologiques sur les notions de contexte

et de communication. On cherchera à démontrer l'interaction entre le contexte et la communication et comment le non-respect du contexte peut carrément modifier la communication.

Cet article permettra de dégager quelques conséquences, inconvénients et points négatifs dans le cas du non-respect du contexte ou les effets parasites de ce dernier sur la communication.

Ce travail proposera également quelques suggestions pour tenir compte du contexte dans la gestion des communications

**Mots clés** : Communication, Contexte, Efficacité, Culturel, Gestion, Influence.

**Title**: Communication Management through the Context

**Abstract**:

The present paper "Communication Management by Context" proposes to demonstrate the importance of communication and how it could be influenced by the context that plays an indispensable role and is a determining factor for the management of communication. It is a modulator of communication sense. This paper also demonstrates that the effectiveness of communication depends to a large extent on the context

In this article we will focus on the different contexts that influence communication, namely the physical, temporal, cultural and socio-psychological context and demonstrate that for each context there is appropriate communication and The other everything can change. That said,

The article will examine four aspects:

The first part will deal with the physical context and its influence on communication,

The second part will highlight the temporal context,

The third part will present the intercultural context that will try to demonstrate that communication is effective within a culture but is not effective within another culture and at the end

The fourth section will focus on the socio-psychological context that will demonstrate that for each status relationship there is appropriate communication

The article will provide some terminology on the notions of context and communication. We will try to disentangle the interaction between the context and the communication and how the non-respect of the context can alter the communication

This article will make it possible to identify some consequences, disadvantages and negative points in the case of the non-respect of the context or the parasitic effects of the latter on the communication

This work will also offer some suggestions to take into account the context in the management of communications

**Keywords**: Communication, Context, Effectiveness, Cultural, Management, Influence

La communication a fait l'objet de nombreux débats et études, sujet de nombreuses thèses et titre de nombreux ouvrages. De même, elle a toujours suscité d'intéressantes discussions voire même une grande polémique. Cela ne m'a pas empêchée de travailler sur ce thème, au contraire cet aspect a suscité mon intérêt, déclenché ma curiosité et m'a motivé pour approfondir encore plus l'analyse dans le but d'apprendre et enrichir davantage mes connaissances dans ce domaine. De même le contexte a provoqué de nombreuses controverses et a fait l'objet de plusieurs tables rondes, séminaires et conférences. Donc le travail que je suis entrain de réaliser s'intitule «**La Gestion des Communications par le Contexte** ». Mon choix s'est porté sur cette thématique parce que malgré les multiples études accomplies dans ce domaine, elle continue à offrir les possibilités d'entreprendre de nouveaux travaux de recherche. Mon intérêt et ma motivation sont dictés par le fait que c'est un thème très attrayant, très riche et qui offre une très grande valeur ajoutée.

Mon objectif est de savoir jusqu'à quel point le contexte influence la communication et peut avoir un effet positif ou négatif sur celle-ci. De même, de démontrer comment cette influence peut poser des contraintes et difficultés sur le plan relationnel entre les gens ?

Pour ce faire nous avons donc opté, pour parler de ce sujet, pour quatre volets :

Dans le premier volet intitulé « **le contexte physique** » nous allons essayer de démontrer comment le lieu et l'espace pourrait influencer la communication.

Dans le deuxième volet intitulé « **le contexte temporel** » nous allons voir que le temps constitue un facteur très important dont il faut tenir compte et qu'il ne faut pas négliger pour communiquer.

Dans le troisième volet intitulé « **le contexte culturel** » nous verrons comment la culture avec ses traditions, ses coutumes et ses us pourrait influencer la communication qui change d'un contexte à un autre.

Dans le quatrième volet intitulé « **le contexte socio psychologique** » nous allons essayer de prouver comment au sein de cette société les relations peuvent influencer sur la communication et comment il faut adapter cette dernière avec chaque type de relation.

Avant d'approfondir ces quatre volets, la définition des deux concepts qui constituent l'intitulé de notre article s'impose à savoir la communication et le contexte. Après quelques précisions terminologiques, seront abordés les volets principaux qui exposeront différentes facettes du rôle du contexte dans les communications, ce qui permettra de

dégager des éléments exploitables pour la gestion des communications.

Etant conscients de l'importance et de l'effet de la communication, les auteurs de **«50 FICHES POUR ABORDER LA GESTION DES RESSOURCES HUMAINES»** estiment que «toute la gestion des ressources humaines se fait à travers la communication, que ce soit pour diffuser et échanger des informations, idées ou visions, pour prendre des décisions, pour motiver des collaborateurs, ou pour mener des négociations<sup>1</sup>.

La communication est un domaine très vaste. Il existe plusieurs types, plusieurs formes, et plusieurs variétés de communication. Elle peut également être étudiée selon plusieurs perspectives et différentes manières. Il y a eu beaucoup de tentatives pour définir le terme "communication". La définition la plus simple est la suivante : «On peut définir la communication comme le processus par lequel une personne (émetteur) transmet un message ou un signal à une autre personne (destinataire) en s'assurant qu'il est bien compris<sup>2</sup>. Ce concept indispensable

---

<sup>1</sup>- J.-L Magakian, C. Barmeyer, X. Bouziat, A. Hounounou, S. Le Loarne, 50 fiches pour aborder la gestion des ressources humaines, Ed. Bréal, 2003, p. 174

<sup>2</sup>- Pierre G. Bergeron, La Gestion Dynamique, Concepts, méthodes et applications, 3<sup>ème</sup> édition, gaëtanmorin

«joue le rôle d'un lubrifiant à l'intérieur de la «machine organisationnelle». C'est grâce à la communication que les individus et les unités composant une organisation peuvent collaborer, se transmettre de l'information, prendre des décisions, se motiver et faire en sorte que chacun adopte le comportement requis pour réaliser une vision, une mission et des objectifs communs<sup>3</sup>.

La communication est considérée comme une transmission d'informations. Cette transmission va mettre en jeu deux protagonistes : un émetteur (qui émet un message) et un récepteur (qui va recevoir le message). Le message en lui-même a besoin d'un support ou d'un moyen par lequel il va être transmis : il sera pour cela traduit en un système de symboles ou codé par l'émetteur, le code choisi pouvant être par exemple une langue, ou un autre langage (ex : langage informatique). Le Message de l'émetteur pourra aussi contenir sous une forme codée certaines informations ayant trait à son état psychologique. Le récepteur devra être à même de décoder ce message pour comprendre ce que veut lui transmettre l'émetteur.

Comme nous l'avons signalé, plusieurs définitions de la communication ont été

---

éditeur, chenelière éducation, Montréal (Québec) p. 651

<sup>3</sup>- Idem p. 651

données par d'imminents écrivains et chercheurs dans ce domaine, rappelons celle donnée par J. Devito dans son livre les **Fondements de la Communication Humaine**, que nous trouvons entière et avoir bien expliqué ce processus. « Il y a communication lorsqu'on émet ou reçoit des messages et lorsqu'on donne une signification aux signaux d'une autre personne. Toujours, la communication humaine est déformée par les parasites, se produit dans un contexte, a un certain effet et comporte une possibilité de rétroaction.»<sup>4</sup>

L'étude de ces communications ne devrait donc pas être séparée de celle de l'activité et de son contexte. Le contexte de la communication se définit comme le cadre ou l'environnement où se produit la communication, il « ...est une composante essentielle de la communication et une source majeure de simplicité et d'efficacité » (Brown et Duguid, 1994, p.3). « la notion de contexte renvoie à la prise en considération, lorsqu'on focalise son attention sur un objet d'étude, du domaine dans lequel il est intégré. »<sup>5</sup>

Le mot contexte, comme nous l'avons vu ci-haut dans la définition de la

communication qui a été donnée par Josef Devito, est en fait l'environnement où se produit la communication en général, ce qui montre son importance dans la gestion des communications. Il existe quatre contextes qui sont en interaction réciproque.

1) Le contexte physique : Nous savons très bien que toute communication ait lieu dans un espace donné qui influe directement sur cette dernière. Le contexte physique, c'est « l'environnement tangible ou concret, la salle, le parc ou l'auditorium »<sup>6</sup> ce dernier correspond donc au lieu où se déroule la communication qui varie selon ce dernier. Donnons un exemple : Communiquer dans une buvette n'est pas communiquer dans une mosquée, chaque lieu exige une communication appropriée. Dans le premier cas nous pouvons parler de tout et de rien par contre la mosquée exige une forme de communication sacrée respectant le lieu saint où nous sommes. Au sein de l'entreprise où la communication est très présente, elle est aussi influencée par le contexte d'où l'appellation communication formelle ou communication informelle. Si nous prenons la réunion comme une

---

<sup>4</sup>- Joseph A. Devito, Adaptation de Robert Tremblay, Les Fondements de la Communication Humaine, gaëtanmorin éditeur, p.5

<sup>5</sup>- <https://pistes.revues.org/3755?lang=fr>

---

<sup>6</sup>- Joseph A. Devito, Adaptation de Robert Tremblay, Les Fondements de la Communication Humaine, gaëtanmorin éditeur, p.7

situation de communication formelle, elle se passe toujours dans un cadre respectueux, en général à la salle des réunions prévue pour ce genre d'évènement afin que les participants ne soient pas influencés dans leur prise de décision. Par contre ces participants, après la réunion, peuvent se retrouver au restaurant de l'entreprise pour communiquer d'une manière informelle et aborder n'importe quel sujet parce que le contexte physique s'y prête et assez souple et laisse une marge de comportement et d'action aux antagonistes. Egalement un Manager conscient de l'importance du contexte physique ne pourra jamais prendre une décision importante au cafétéria de l'entreprise par exemple mais il le fera sûrement dans un cadre formel. De même pour permettre à ses salariés de se détendre et de déstresser il pensera certainement à un team building au sein d'un hôtel de luxe. A-t-on déjà vu un entretien d'embauche qui se passe dans un cadre informel, à la terrasse d'un café par exemple, c'est insensé et inapproprié, le candidat ne donnera aucune crédibilité et aucune importance à cette évaluation et le laissera juger la réputation de l'entreprise. On communique donc différemment d'un endroit à un autre, plusieurs facteurs déterminants rentrent en jeu :

Les mots appropriés : le contexte physique exige de nous d'employer les

mots convenables et adaptés au contexte où nous sommes, on doit être conscients de ce qu'il faut dire et ce qu'il ne faut pas dire.

La voix : la voix doit être adaptée au cadre où nous communiquons, on sait très bien que dans certains endroits on doit baisser le ton de la voix et de parler doucement, l'exemple le plus significatif est celui des hôpitaux et des bibliothèques

La posture : On sait très bien que tout en nous communique, donc notre position du corps est révélatrice et transmet un message, on sait qu'il est de bon sens de ne pas s'allonger dans une salle d'attente d'une entreprise alors que cela est faisable à la maison.

L'habillement : le contexte physique exige également un habillement conforme à l'endroit, se présenter à son travail en pyjama serait mal vu et considéré comme un manque de respect, un candidat qui se présente à un entretien d'embauche au sein d'une administration ou une entreprise doit être présentable. La tenue vestimentaire doit donc respecter le lieu où nous allons.

L'aménagement de l'espace : la gestion de l'espace est révélatrice, on arrive à comprendre la communication derrière une salle aménagée en table carrée en U, d'une autre agencée en table ronde.

Lieu public-lieu privé : la communication diffère en fonction du lieu où nous sommes «public ou privé»

Comme on le constate, le contexte physique influe aussi bien sur la communication verbale que sur la communication non verbale d'où pour chaque contexte physique il y a une communication appropriée.

2) Le contexte temporel : correspond au moment où se passe la communication, le célèbre adage « l'heure c'est l'heure avant l'heure ce n'est pas l'heure et après l'heure ce n'est plus l'heure » explique ce phénomène, on ne peut pas communiquer à n'importe quel moment, il faut vraiment choisir le moment opportun sinon la communication n'aura aucun sens. Prenons l'exemple d'une assistance de direction qui après l'arrivée de son supérieur hiérarchique à 8h, se présente à son bureau à 8h15, pour lui remettre une demande de congé. Il est fort probable que sa demande soit rejetée vu qu'elle n'a pas choisi le moment opportun, tout comme quelqu'un qui appelle son ami à une heure tardive au Canada sans respecter le décalage horaire. Toute communication entre un émetteur et un récepteur s'inscrit dans le temps, c'est un élément fondamental de toute interaction.

Nous savons très bien que ce qui était vrai un instant ne l'est plus à l'instant t+1, un bon manager doit être conscient

que prendre les décisions au bon moment et juste à temps est très important, il ne peut sous-estimer le contexte temporel et travailler à l'intuition mais un manager rationnel se comportera efficacement sur le plan temporel parce que provoquer une réunion à 18h et la terminer à 21h en présence de participants fatigués après une journée de travail reflète en général son incapacité à respecter le contexte temporel et à maîtriser le temps. Beaucoup de managers ont dû rater des occasions d'or (des négociations, des actions en bourses, des transactions importantes) parce qu'ils n'ont pas saisi le moment opportun et n'ont pas pris la décision à temps.

3) Le contexte culturel : le contexte culturel se définit comme l'ensemble des coutumes, des traditions, des us, des habitudes relatives à une culture donnée, il représente « les styles de vie, croyances, valeurs, comportement et communication, les règles sur lesquelles se fonde un groupe de gens pour décider de ce qui est bien ou mal »<sup>7</sup>, « sur le plan culturel, « ce qui s'avère efficace au sein d'une culture peut s'avérer inefficace au sein d'une autre »<sup>8</sup>, donc une communication est efficace au

---

<sup>7</sup>- Josef A. Devito, Les fondements de la communication humaine, gaëtanmorin éditeur, p.7

<sup>8</sup>- Josef A. Devito, Les fondements de la communication humaine, gaëtanmorin éditeur, p.9

sein d'un pays mais il ne l'est pas au sein d'un autre pays, ce qui fonctionne dans une culture ne fonctionne pas dans d'autres cultures parce que nous percevons la réalité différemment, chacun la perçoit à travers son filtre culturel, les gens appartenant à un contexte culturel différent ont une vision complètement différente. L'environnement culturel où vit la personne influence sa façon de communiquer. Pour illustrer et concrétiser ce que nous sommes en train de dire partons d'un certain nombre de composantes ou de paramètres :

**Le geste :** nous savons très bien que, à part les emblèmes, les mouvements corporels ne sont pas universels, un geste peut être interprété différemment d'une culture à une autre, un claquement des doigts peut s'expliquer autrement et signifier autre chose et pourrait même causer des conflits

**L'habillement :** l'habillement est une composante importante de la communication non verbale, par l'habillement on communique notre culture, notre religion et notre appartenance à un pays. Si nous prenons le cas d'une marocaine qui veut se rendre à un pays du Golf tel que l'Arabie Saoudite par exemple, sa communication ne serait pas efficace avec sa tenue vestimentaire, elle sera obligée de respecter le contexte

culturel saoudien en mettant un habillement approprié au dit contexte.

**Certaines pratiques :** certaines pratiques fonctionnent dans une culture mais pas dans une autre, les exemples qui illustrent ce que nous avançons sont nombreux : le phénomène de l'homosexualité, manger les singes ou les serpents en Asie, ne pas autoriser les femmes à conduire en Arabie Saoudite, sacrifier les moutons dans les pays musulmans.

**Le salut :** deux hommes qui se font la bise au Maroc ne pose aucun problème, c'est un signe d'affection et de bienvenue alors que le même comportement ne passe pas dans un autre contexte et peut même communiquer autre chose

**La ponctualité :** est vue différemment d'une culture à une autre, dans certaines cultures le respect des horaires est très important et considéré comme un signe de respect et de considération pour le groupe alors que dans d'autres un retard de 5 à 15 mn ne cause aucune gêne.

**Les conflits :** la gestion des conflits varie selon le contexte culturel « Il convient d'insister sur le fait que des personnes issues de cultures différentes n'envisageront pas les techniques de gestion des conflits de la même manière. Une étude (Collier, 1991) révéla ainsi que ..... les hommes d'origine anglo-

américaine privilégient quant à eux une discussion directe et rationnelle, alors que les femmes de la même origine démontrent une préférence pour la flexibilité »<sup>9</sup>

Le code : Il est vrai que toutes les langues se valent mais chaque pays à sa langue et son dialecte et certains mots prennent leur sens par rapport au contexte et quand ce dernier change, le sens des mots devient différent. Donc les mots sont efficaces et passent dans une culture mais pas dans une autre, ce qui constitue parfois des obstacles à la communication verbale avec autrui.

La publicité : la publicité en est un exemple concret de l'influence du contexte culturel sur la communication. En général la publicité transmet un message adapté et approprié au contexte local, elle doit prendre en considération la cible, les codes culturels, les symboles et les signes du dit contexte. Cette même publicité peut s'avérer inefficace au sein d'une autre culture vu que tout est différent.

Prenons l'exemple d'une publicité d'un parfum de marque dont la campagne publicitaire est faite en choisissant une femme avec un maillot sortant de la mer. D'un point vu occidental, cette image représente la beauté, le romantisme, l'aventure et la liberté de la femme qui

---

<sup>9</sup>-Josef A. Devito, Les fondements de la communication humaine, gaëtanmorin éditeur, p.p.171-172

utilise ce parfum. Cette publicité peut communiquer autre chose dans un pays arabe par exemple, le message est différent une fois placé dans un autre contexte culturel.

Le contexte culturel conditionne tout et agit sur d'autres aspects à savoir la mentalité, le tempérament, la personnalité, l'humour, le comportement...etc.

4) Le contexte socio psychologique : Nous savons très bien que les deux facteurs importants du processus de la communication sont l'émetteur et le récepteur qui partagent ensemble une relation bien définie, chacun d'eux a une position sociale et un statut au sein de cette société (cadre, employé, médecin, infirmière). Ce statut dicte à chacun le comportement où la conduite qu'il doit tenir est appropriée à son statut. Egalement le contexte socio- psychologique représente « les relations de statut entre les participants, les règles culturelles de la société, le cadre formel ou informel de la situation »<sup>10</sup>. Ceci dit on communique en fonction de la position sociale de l'individu, et la relation que l'on partage avec lui : soit symétrique (d'égalité) ou complémentaire (d'inégalité).

Communiquer avec son supérieur

---

<sup>10</sup>- Josef A. Devito, Les fondements de la communication humaine, gaëtanmorin éditeur, p.p.171-172

hiérarchique n'est pas la même chose que communiquer avec sa femme de ménage, pour chaque statut il y a une communication appropriée qu'on ajuste en fonction de la relation qu'on partage avec la personne, son statut, sa position sociale...etc.

Choisir la communication adéquate avec le statut social ne veut pas dire qu'on sous-estime une relation et on valorise une autre. Dans les deux cas le respect et la considération de l'être humain sont indispensables. N'oublions pas que nous sommes dans une relation d'influence, on subit l'influence de l'autre et par la même occasion nous avons envie d'influencer notre interlocuteur. Si nous prenons l'exemple de notre supérieur hiérarchique, pour l'influencer, avoir une bonne image et augmenter notre crédit à ses yeux, on essaie le maximum possible d'opter pour une communication qui convient à son statut social en choisissant le ton, les mots et les phrases convenables pour transmettre notre message.

Nous avons vu que le contexte est très important et joue un rôle déterminant et influe directement sur la communication d'où il faut vraiment le prendre au sérieux et ne pas le négliger, il est « porteur de normes de communication ». Ainsi, en fonction du lieu, du moment et du type de relation entre les acteurs, ces derniers doivent suivre des codes et des rituels

particuliers »<sup>11</sup>. Nombreux sont les gens qui ne sont pas conscients de l'importance du contexte et oublient que c'est un « élément essentiel dans la construction du sens lors du processus de communication »<sup>12</sup> ce qui provoque de sérieux problèmes et des conflits énormes entre les personnes aussi bien au sein de la vie personnelle que professionnelle d'où des recommandations et quelques suggestions s'imposent pour sensibiliser tous les acteurs de la communication à l'importance du contexte sous différents aspects.

### **Recommandations**

Ces recommandations visent à fournir des pistes à toute personne voulant améliorer sa communication verbale ou non verbale, cela ne sera pas possible s'il ne tient pas compte des différents contextes.

1) Tout le monde doit être conscient que nous avons à notre disposition quelques serviteurs, ce sont des questions qu'il faut se poser avant de communiquer :

A qui je parle ? Quelle relation je partage avec mon interlocuteur avec qui je

---

<sup>11</sup>- [http://www.lyc-vangogh-ermont.ac-versailles.fr/IMG/pdf/Fiche\\_de\\_cours-13.pdf](http://www.lyc-vangogh-ermont.ac-versailles.fr/IMG/pdf/Fiche_de_cours-13.pdf)

<sup>12</sup>- Idem

communiqué, une relation symétrique ou asymétrique. Se poser cette question avant de communiquer me permettra de choisir la communication appropriée adaptée au contexte socio-psychologique.

Quand je parle ? Ai-je bien choisi le moment opportun pour communiquer, l'heure idéale pour transmettre mon message ? Tenir compte du temps et la durée de la communication est très important pour arriver au résultat voulu à savoir l'objectif de la communication. Cette question me permettra de tenir compte du contexte temporel.

Où je parle ? Cette question me permettra de tenir compte du contexte physique, le cadre où je communique qui influe énormément sur la communication. Etre conscient du lieu de la communication est très important, un lieu saint n'a rien à voir avec un lieu de divertissement et un hôpital n'a rien à voir avec une buvette, le comportement dans l'un ou l'autre est complètement différent d'où la nécessité de poser souvent cette question. Cette question me permet également de tenir compte du contexte culturel où je parle dans quel pays ou culture ?) pour que je puisse adapter ma communication en tenant compte des codes, des symboles, des signes et des règles culturelles afin de ne pas choquer l'autre appartenant à une autre culture. Cette question me permet de conscientiser que pour chaque culture il y a

une communication appropriée et me permettra également d'être tolérante et d'accepter la différence et que la diversité culturelle est une richesse.

2) Au niveau scolaire : dans ce sens l'enseignement peut jouer un rôle très important vu que les enseignants transmettent un savoir, ils peuvent apprendre aux étudiants que l'environnement où ils se trouvent est un contexte respectueux qui exige un comportement décent, un habillement correct et une communication appropriée à ce cadre pédagogique d'où une certaine assiduité, ponctualité et exemplarité. Cet apprentissage permettra à l'étudiant de le transposer au sein de l'entreprise et l'aidera sûrement à l'avenir à respecter les différents contextes où il se trouvera.

3) La prise de conscience de la diversité culturelle : il faut que chacun de nous soit conscient que la diversité culturelle est une richesse et qu'il y a plusieurs facteurs qui nous différencient pour réduire le choc culturel qui a lieu à cause de certaines pratiques et certains comportements complètement différents des nôtres.

4) Prendre en considération et sérieusement le facteur temps, c'est un élément très important que la plupart d'entre nous néglige. Le moment de la communication est très important, un message transmis le soir n'a pas le même

effet ni la même importance peut-être s'il a été transmis le matin, une minute peut faire toute la différence.

5) Des formations sur la gestion du temps, sur la communication interculturelle, sur le respect de l'aspect relationnel doivent être programmées pour sensibiliser les gens de l'importance de la prise en considération du contexte pour communiquer efficacement et respecter le type de contexte afin d'avoir une communication appropriée à l'espace, au lieu, au cadre, à la relation avec son interlocuteur, à la situation et au temps.

### **Conclusion**

L'objet de notre étude consistait à examiner la gestion de la communication par le contexte. Ainsi nous avons mis l'accent sur quatre volets importants : Dans un premier volet nous avons examiné le contexte physique où nous avons essayé de démontrer son importance dans la communication. Dans un deuxième volet nous avons traité le contexte temporel qui s'avère un facteur déterminant dans la gestion des communications. Dans un troisième temps nous avons parcouru le contexte culturel qui nous a permis de comprendre que pour être compétent et efficace dans notre communication il faut tenir compte de la culture. Dans un quatrième point nous avons mis l'accent sur le contexte socio-psychologique

Qui affirme que toute communication doit respecter et considérer l'aspect relationnel entre les émetteurs-récepteurs.

Cet essai nous a permis de constater que la gestion des communications par le contexte un thème très riche, et fertile, il y a tellement de choses à dire sur cet aspect encore négligé. En outre, nous suggérons pour d'autres travaux de pousser encore plus loin l'analyse et de détailler davantage chacun des quatre volets, il serait également intéressant de cerner plus ce phénomène ou carrément de s'intéresser à l'influence des contextes sur la communication professionnelle et plus exactement sur le management interculturel qui doit prendre en considération les règles culturelles de chaque expatrié qui a vécu dans un contexte différent de celui où il travaille et par conséquent démontrer les conséquences sur la communication au sein de la dite entreprise. Notons que plusieurs entreprises souffrent encore d'un système de management inapproprié parce qu'ils ne tiennent pas compte des différents contextes et de l'environnement où se passe la communication

En conclusion, notons que « toute communication n'a de sens que dans le contexte dans lequel elle s'inscrit.... Le contexte de la communication dépend de facteurs multiples (culture, temps, technologie, cadre...) et des normes

sociales ou conventions qui régissent les  
relations interpersonnelles. Quoi qu'il en  
soit, le contexte est indissociable de la  
communication »<sup>13</sup>

---

<sup>13</sup>- *[olivier-moch.over-blog.net/article-les-  
contextes-de-la-communication-  
76806085.html](http://olivier-moch.over-blog.net/article-les-contextes-de-la-communication-76806085.html)*