



Université Internationale
de Casablanca

LAUREATE INTERNATIONAL UNIVERSITIES

Les principes clés de la communication

Management

1- La communication

«La parole a été donnée à l'homme pour déguiser sa pensée.»

«Notre corps en entier est notre meilleur outil de communication.»

Gérin, É. 1976

Avant tout, définissons la communication !

Langage, langue et parole

- Le langage :
- La langue :
- La parole (ou le discours) :

Quatre champs de communication

- **La communication intrapersonnelle**

- Se parler à soi-même, apprendre à se connaître, apprendre à se juger.
- Évaluer des décisions à prendre, se répéter les messages que l'on désire communiquer à quelqu'un.
- *Penser, raisonner, analyser, réfléchir.*

- **La communication interpersonnelle**

- Dialoguer avec d'autres dans le but de créer, de maintenir ou de détruire nos relations → type de communication où l'on se révèle aux autres.
- Communication interpersonnelle peut se faire avec un ami, un collègue, un amoureux, la famille, une personne étrangère (entrevue).
- *Apprendre, échanger, influencer, jouer, aider.*

Quatre champs de communication

- **La communication en petit groupe**

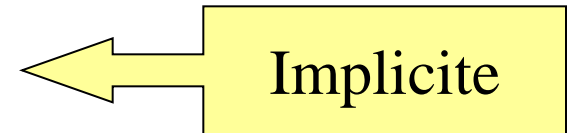
- Échanger avec les autres dans le but de :
 - résoudre des problèmes;
 - développer de nouvelles idées;
 - partager des connaissances et des expériences.
- Vie sociale et professionnelle se fait en groupe
- *Échanger des informations, trouver des idées, résoudre des problèmes, aider.*

- **La communication publique**

- Communication d'un orateur dont le but est d'informer, de persuader ou d'amuser l'auditoire.
- Ce type de communication peut avoir un impact sur notre propre manière de penser.
- *Informar, persuader, amuser.*

La communication...

- Il y a toujours un côté explicite et un côté implicite dans notre communication interpersonnelle. Il y a :
 - ce que la personne dit.
 - ce que la personne fait.
- ce que la personne veut dire.
 - L'intention sous-jacente
- ce qui est impliqué.
 - La relation



La communication...

- L'explicite :

- est principalement véhiculé par des mots

- » Je t'aime.

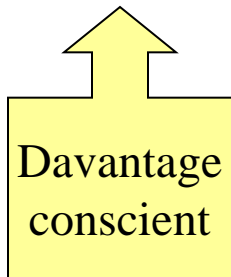
- » Va-t'en!

- peut être véhiculé par le non-verbal

- » Un coup de pied

- » Une caresse

- » Une insulte gestuelle

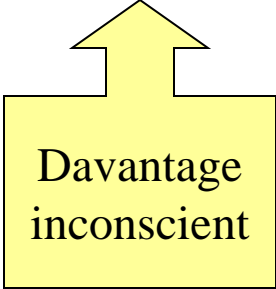


- Dans l'explicite, l'intention est exprimée de façon manifeste.

La communication...

- L'implicite:

- est principalement véhiculé par des indices non verbaux
 - » Les gestes, les expressions du visage, le toucher, la distance
- par des indices paraverbaux
 - » Accent, rythme, intonation
- par les mots eux-mêmes
 - » Tu / vous



Davantage
inconscient

- Le choix que l'émetteur fait des mots n'est pas arbitraire. Ce choix dépend en grande partie des intentions de l'émetteur et de la relation (sociale et psychologique) qui existe entre lui et le récepteur-destinataire.

Exemple : En classe, quand un élève nous exaspère...

Les principes de la communication

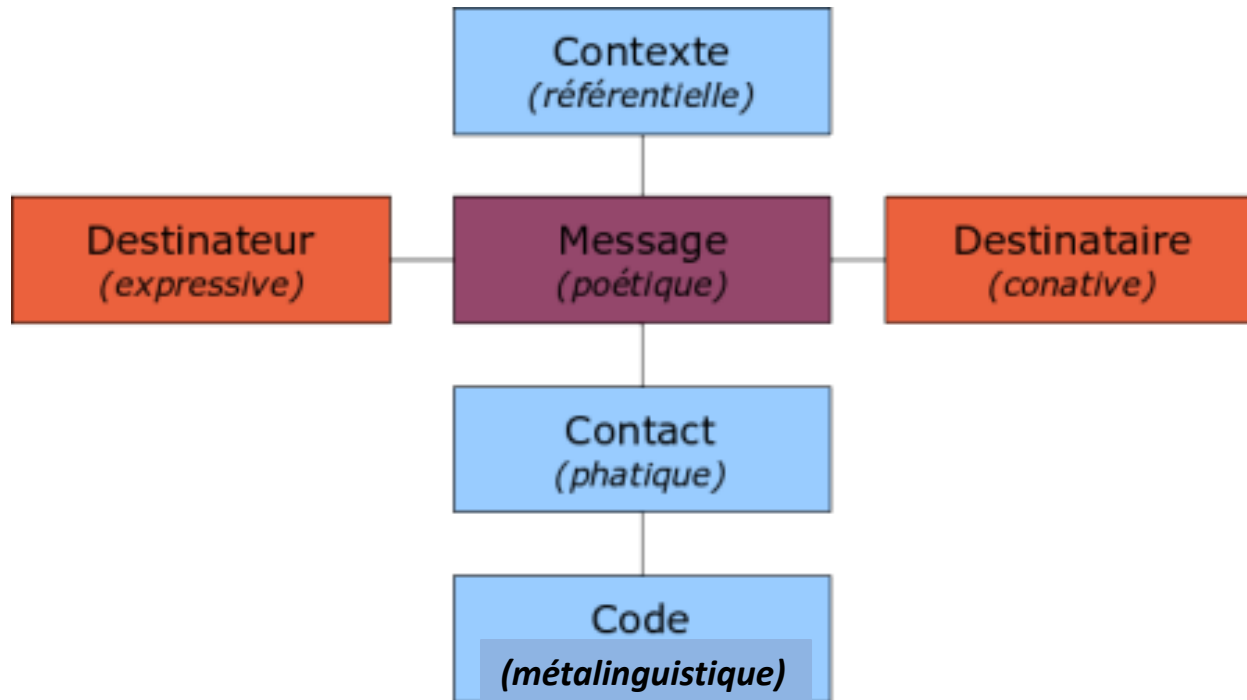
- La communication est un ensemble de signaux.
- La communication est un processus d'ajustement.
- La communication comporte un contenu et des aspects relationnels.
- La communication comporte des transactions symétriques et complémentaires.

Les principes de la communication

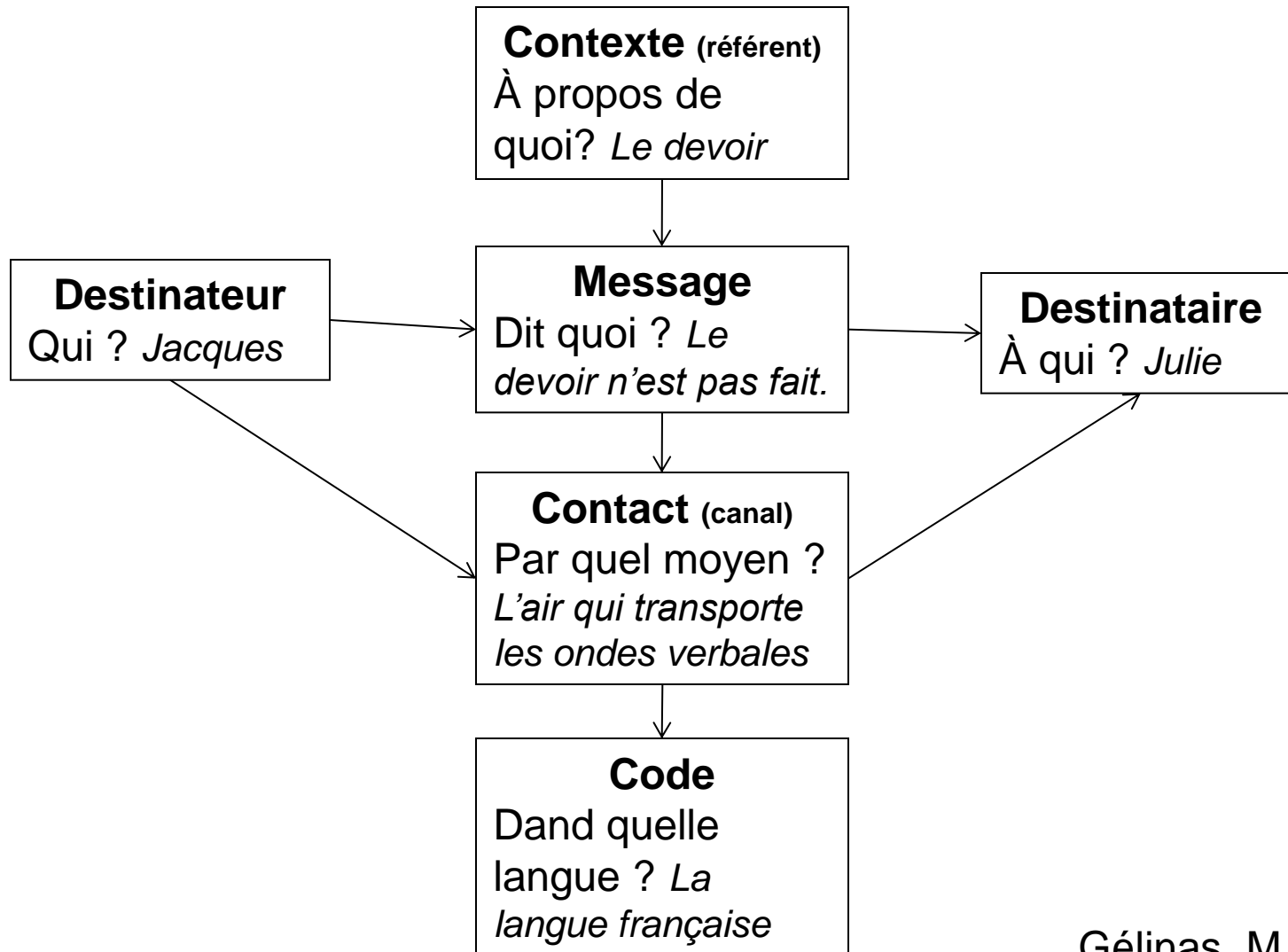
- Les séquences de communication sont ponctuées à des fins d'interprétation.
- La communication est un processus transactionnel (dès qu'il y a une modification d'un élément de la communication, il y a des conséquences).
- La communication est inévitable.
- La communication est intentionnelle.
- La communication est irréversible.

Le schéma de la communication

(Roman Jakobson, 1963)



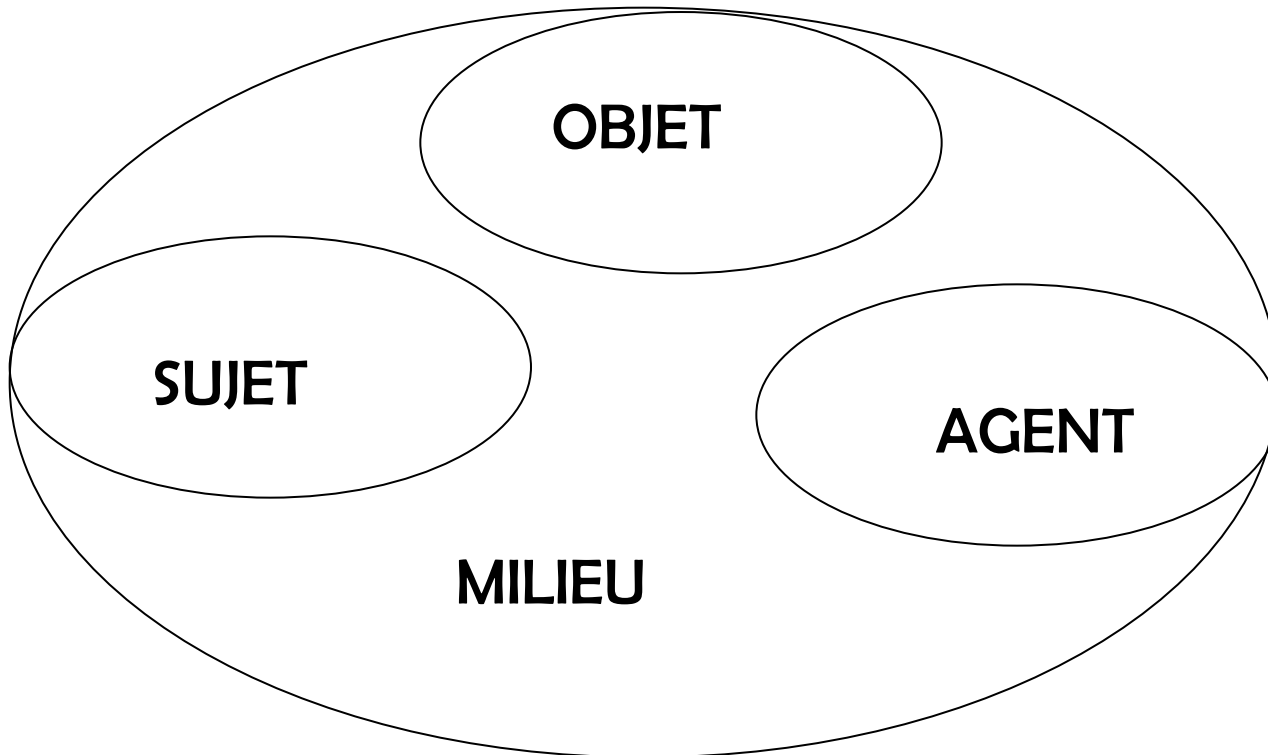
Nous pourrions définir les composantes d'une situation de communication par : **Qui ? Dit quoi ? À qui ? Par quel moyen ? Dans quelle langue ? À propos de quoi ?**



Les fonctions du langage

- **La fonction référentielle**
 - informer, expliquer, préciser
- **La fonction expressive (subjective)**
 - partager ses sentiments, ses émotions, émouvoir
- **La fonction conative (incitative)**
 - faire agir, convaincre
- **La fonction poétique (esthétique)**
 - plaire, séduire, faire rire
- **La fonction relationnelle (phatique)**
 - établir et maintenir le contact
- **La fonction métalinguistique**
 - parler de la langue en utilisant la langue

- Deux finalités de l'acte de communiquer pour l'enseignant et l'enseigné :
 - transmission des savoirs (développement des compétences); sa réception.
 - établissement et maintien d'une relation pédagogique; la suivre.



3- Ce qui favorise la communication

3.1 La crédibilité

Pour être crédible :

- Bien connaître sa matière; être motivé pour la suivre.**
- Projeter de la confiance en soi et de l'assurance;**
- L'importance d'un aspect relationnel positif.**

- **Attitudes qui favorisent une bonne communication en contexte éducatif :**

→ respect mutuel

→ authenticité

→ congruence

→ humilité

3- Ce qui favorise la communication

3.2 Les techniques d'expression

- a) La préparation du terrain**
- b) Les liens et les transitions**
- c) Les résumés**
- d) Les phrases positives**
- e) Les témoignages**
- f) Les exemples**
- g) Les comparaisons**
- h) La demande de confirmation**
- i) L'élucidation ou la clarification**

3- Ce qui favorise la communication

3.3 Les habiletés humaines reliées à l'expression

- a) La capacité d'utiliser le message en «je».**
- b) La capacité d'exprimer une certaine forme d'agressivité sans perdre le contrôle de ses émotions.**
- c) La capacité d'utiliser le message «feed-back» (rétroaction).**
 - Doit être demandé et souhaité par l'autre.**
 - Doit être donné avec une considération positive de l'autre.**
 - Tenir compte des réactions verbales et non verbales.**
 - Message descriptif, précis et axé sur des faits observables ainsi que sur le comportement à changer.**
 - Bien choisir le lieu et le moment.**
- d) La rétroaction sandwich («feed-back sandwich»).**

LA TECHNIQUE DU SANDWICH EN QUATRE ÉTAPES : COMMENT CRITIQUER SANS DÉMOTIVER?

ÉTAPE 1 : ATTIRER L'ATTENTION EN SOULIGNANT UN ASPECT POSITIF

Camille, merci beaucoup d'avoir respecté l'échéance que nous avons fixée pour ce dossier! C'était un délai très court, j'en conviens, et je te lève mon chapeau.

ÉTAPE 2: FAIRE LA CRITIQUE

Camille travaille avec acharnement depuis plusieurs jours afin de monter un important dossier. Fière d'avoir respecté l'échéance établie, elle remet son document et reçoit cette rétroaction de son employeur :

Tu fais plusieurs fautes de français quand tu écris, il faudrait que tu sois plus rigoureuse à l'avenir.

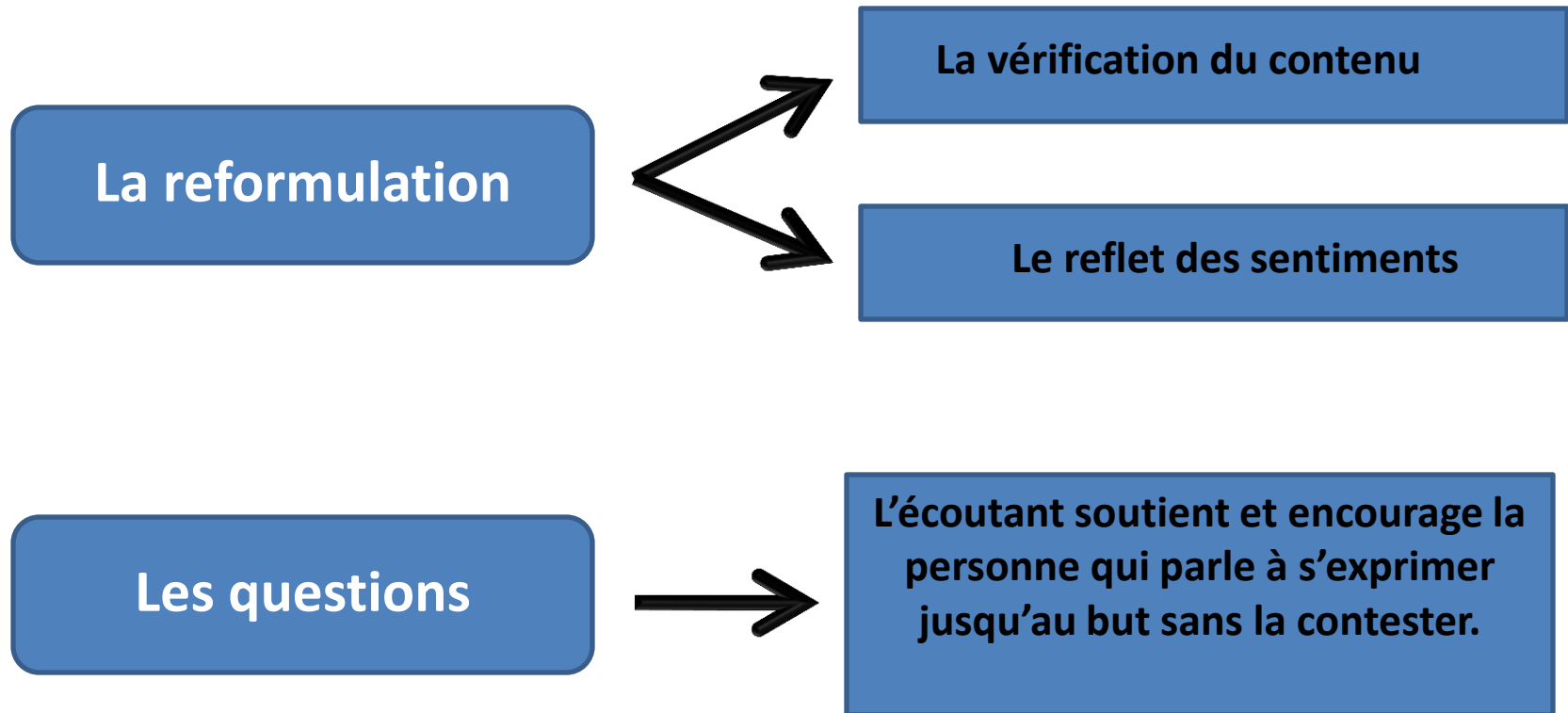
ÉTAPE 3 : TERMINER SUR UNE NOTE POSITIVE

J'ai confiance en toi et je sais que tu sauras faire plus attention à ce genre de détail. Sache que je suis très satisfait de la qualité de tes arguments dans ce dossier, tu as fait un bon travail. Merci encore!

ÉTAPE 4 : FAIRE UN SUIVI : Camille, super dossier et qualité rédactionnelle impeccable! Merci!

3- Ce qui favorise la communication

3.4 La technique d'écoute active



4- Les obstacles à la communication

Les parasites :

- Physiques → Bruits, lunettes fumées, etc.
- Psychologiques → Préjugés, partis pris, etc.
- Sémantiques → Langues différentes, jargons, termes trop complexes, etc.

4- Les obstacles à la communication

- a) La polarisation**
- b) L'attitude globalisante**
- c) Les propos ayant trait à soi-même**
- d) La confusion entre les faits et les inférences**
- e) Les courts-circuits**
- f) Donner des ordres**

5- La réceptivité

C'est l'aptitude à recevoir des impressions et des informations et à répondre à certaines stimulations. Il s'agit d'un élément essentiel du processus transactionnel de communication qui nécessite toujours une interaction ou un échange, verbal ou non verbal.

- Elle peut être très positive ou très négative à la communication.**
- Par le passé, l'enseignant prenait presque tout le temps de parole dans la classe (2/3 du temps).**
- Aujourd'hui, il est davantage un facilitateur et il est démocratique. Il doit accorder plus de place aux élèves.**
- L'étudiant est au centre des apprentissages, de ses apprentissages.**

5- La réceptivité

La qualité de la réceptivité d'un enseignant (son ouverture et sa disponibilité) se révèle en quelque sorte tributaire d'une certaine absence de jugements.

- **L'effet Pygmalion**
- **L'effet de halo** (effet de notoriété ou encore effet de contamination, est un biais cognitif qui affecte la perception des gens ou de marques.)
-
- **Les stéréotypes** (expression ou opinion toute faite sans originalité)
- **La première impression**

Points positifs à retenir...

pour capter l'attention de l'auditoire

- **Raconter des anecdotes**
- **Utilisation du « je »**
 - le naturel dégage une impression d'assurance
- **Tirer des exemples du quotidien**
 - rend la matière moins aride
 - permet de faire plus facilement des liens
- **Varier les types de phrases**
 - Exclamatif, interrogatif, impératif

- Fournir des points de repères dans le discours oral: «je vais d'abord vous expliquer le travail à faire; on formera les équipes après...»
- Choisir des mots vifs qui rendent les idées plus concrètes et plus actives.
- Utiliser la variété de langue qui convient.
- Échanger avec l'auditoire plutôt que de s'adresser à l'auditoire : les élèves doivent se sentir concernés.
- Parler avec vigueur : assumer ce que l'on dit et ne pas semer de doutes dans la tête des élèves.
- Faire un plan de présentation (faire la préparation d'un cours).

Points négatifs à éviter...

lors de la prise de parole

- **Il est important d'être expressif sans devenir ridicule**
(courir partout, être hystérique)
- **Ne pas utiliser un vocabulaire inférieur aux attentes**
 - perte de crédibilité
- **Attention au jargon spécialisé non expliqué**
 - ne pas prendre pour acquis que tout le monde comprend
(besoin d'explications - vulgarisation)
 - surveiller les réactions de l'auditoire