

Les fondamentaux de la communication R1.11

Nous sommes en situation de communication, dans tous nos actes quotidiens, pour animer une équipe, diriger une réunion, former, parler en public, recruter ou licencier, motiver ou évaluer, vendre, promouvoir, soigner, manager des collaborateurs, gérer un conflit.

Afin de rendre notre communication **la plus efficace possible**, il est d'abord indispensable de **bien connaître les acteurs de la situation de communication** (les autres mais d'abord soi-même) et d'avoir identifié les sources potentielles de distorsion de la communication.



« Entre ce que je pense, ce que je veux dire, ce que je crois dire, ce que je dis, ce que vous avez envie d'entendre, ce que vous comprenez ... il y a dix possibilités qu'on ait des difficultés à communiquer. Mais essayons quand même ... »



Bernard Werber (Encyclopédie du savoir relatif et absolu)

PLAN

I-Le schéma de la communication

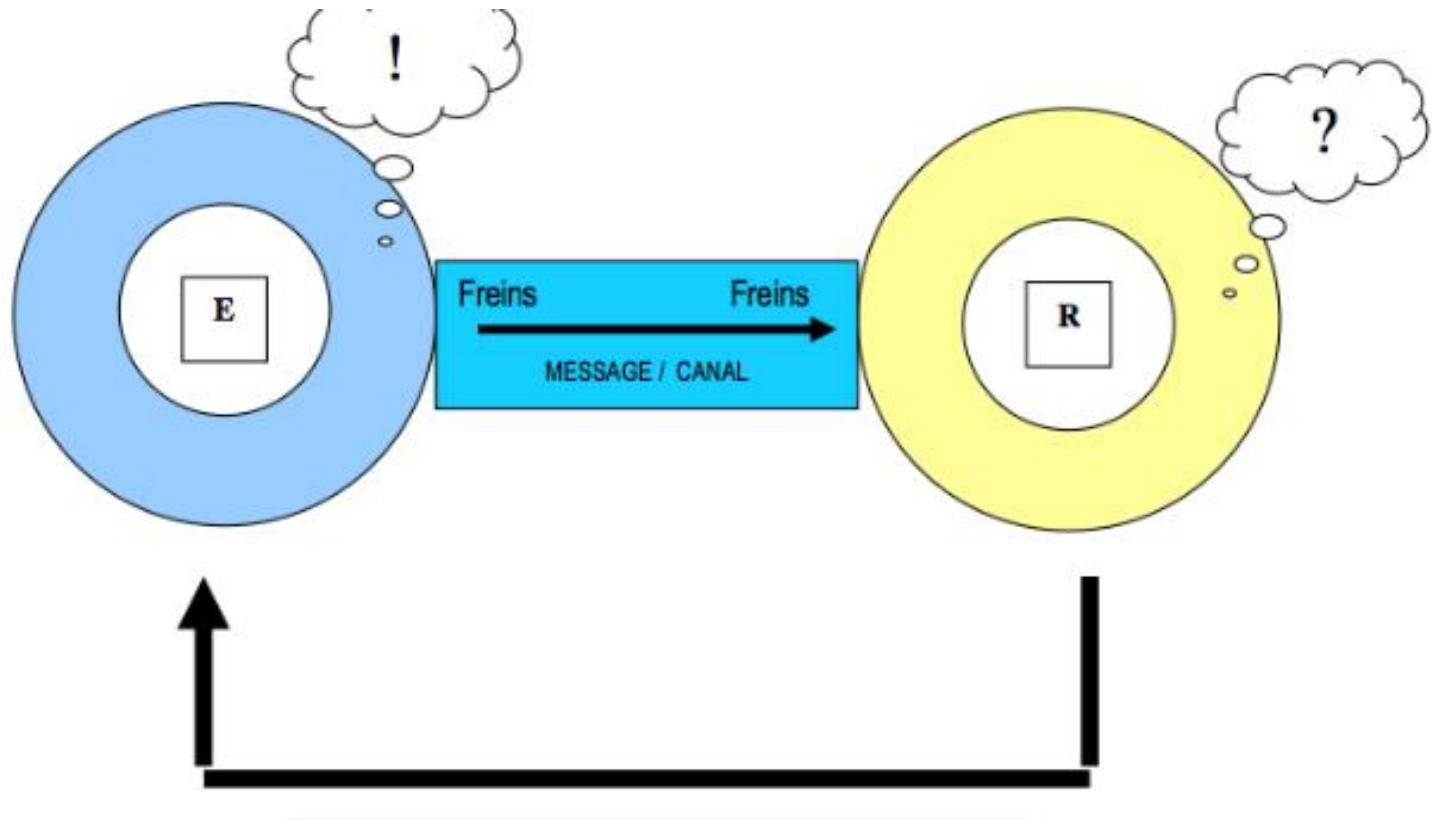
II-Les acteurs de la communication

III-Les sources de dysfonctionnement

Les solutions

TRAVAIL DE GROUPE

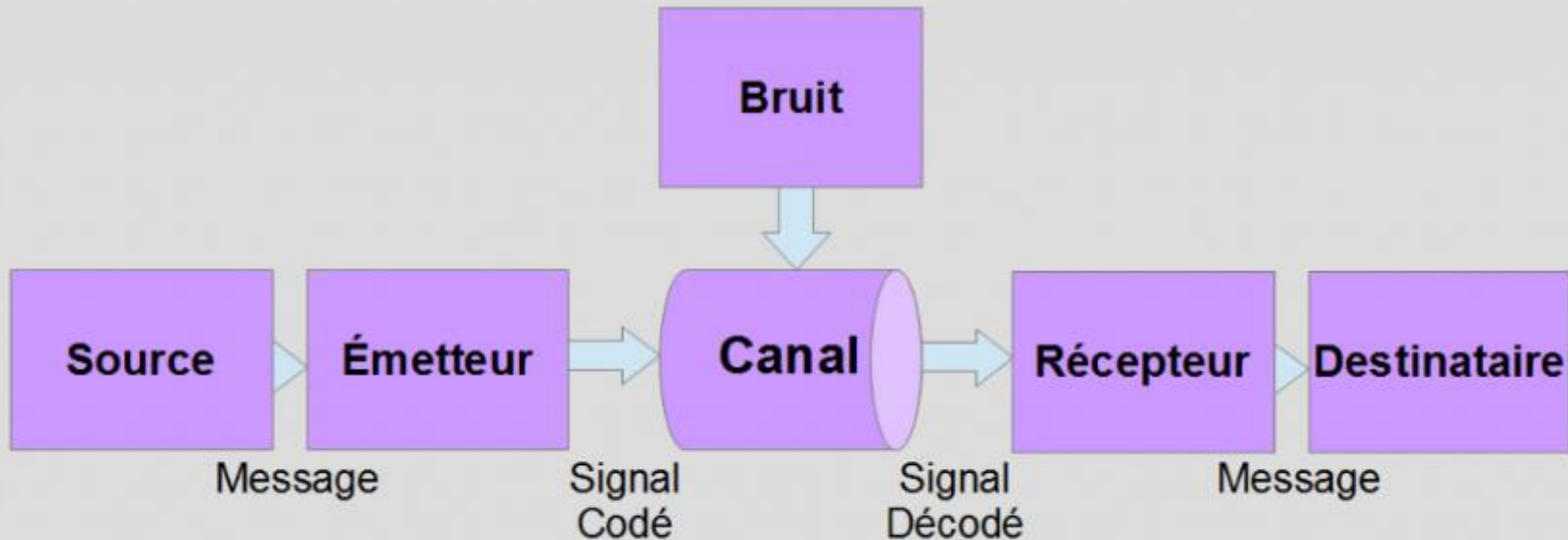
- Qu'est-ce que la communication ?
- Choisir un.e porte-parole
- Par groupe : proposer un schéma de communication



I-LE SCHEMA DE LA COMMUNICATION


- Voir doc distribué

SCHEMA DE SHANNON



- | 1 | La source d'information énonce un message...
- | 2 | ...que l'émetteur va coder et transformer en signal,
- | 3 | lequel va être acheminé par le canal qui peut être bruité,
- | 4 | puis décodé par le récepteur, qui reconstitue à partir du signal un message,
- | 5 | et le transmet au destinataire.

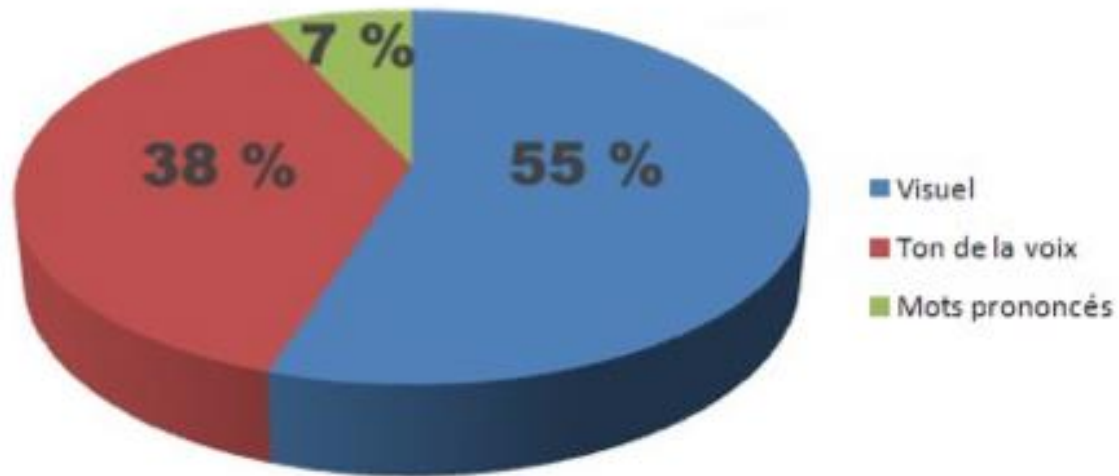
COMMUNIQUER est un PROCESSUS EN BOUCLE.

- 
-
- Il s'agit de faire passer un message entre un émetteur et un récepteur, chacun étant tour à tour émetteur et récepteur, et D'OBTENIR UN RETOUR. Sans ce retour, vous n'avez fait qu'émettre.
 - Chaque personne possède son propre système de référence. (Vision du monde). Ses valeurs, ses croyances, ses représentations.
 - E = Emetteur R = Récepteur
 - Les 2 fonctions ne peuvent se vivre simultanément, mais successivement.

LE POIDS DES MESSAGES NON VERBAUX

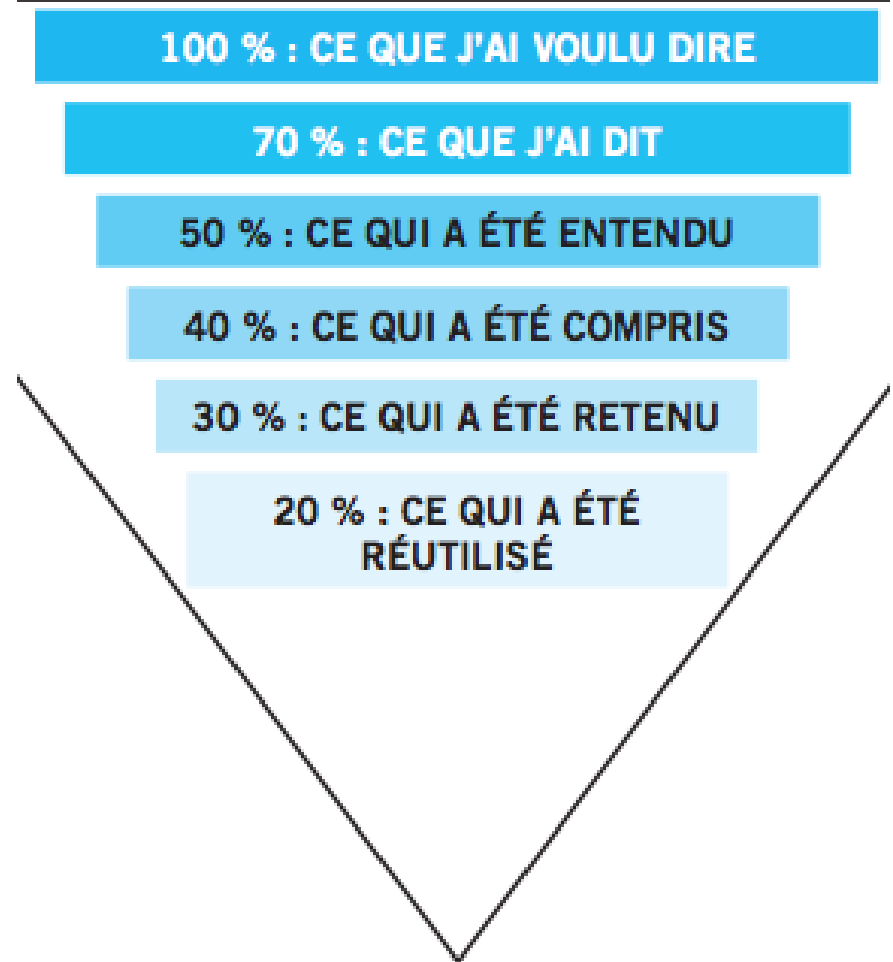
- En 1967, les travaux d'Albert Mehrabian ont montré le **poids des messages non-verbaux** dans la communication interpersonnelle : **93 %** contre 7 % pour les seuls mots.
- Ce que dit cette étude :
- quand nous exprimons une **opinion** ou un **sentiment**, le message reçu par notre interlocuteur provient à :
 - **55 %** de notre **comportement** (gestes, expressions du visage...)
 - **38 %** de notre **para-verbal** (ton de voix, rythmes, pauses...)
 - **7 %** de nos **mots** (verbal)

Le poids des messages non verbaux



II- LES ACTEURS DE LA COMMUNICATION

La déperdition de l'information



Que retenons-nous ?

- 10 % de ce que nous lisons ou entendons,
20 % de ce que nous entendons,
30 % de ce que nous voyons,
50 % de ce que nous voyons et écoutons en même temps,
80 % de ce que nous disons,
90 % de ce que nous disons en le faisant,
100% de ce que nous disons en le faisant avec correction des erreurs.
- La vitesse d'émission (120 mots/mn environ) est plus importante que la vitesse de réception. (80 mots/mn environ)

Application



LA TÉLÉVISION



ECOUTER LE JOURNAL



REGARDER LE/LA
JOURNALISTE PRÉSENTER LE
JOURNAL



COMPARER LE NOMBRE
D'INFORMATIONS RETENUES
SELON LA SITUATION

APPLICATION : Reproduire une figure : l'expérience de Levitt

- **Situation 1** : l'émetteur tourne le dos au récepteur. Il décrit la figure et donne toutes les indications verbales nécessaires au récepteur sans avoir le droit pour autant de lui poser des questions. Le récepteur n'a pas le droit de parler.
- **Situation 2** : l'émetteur fait face au récepteur. Les conditions précédentes restent les mêmes.
- **Situation 3** : l'émetteur fait face au récepteur qui a le droit de poser des questions fermées à l'émetteur. Ce dernier ne peut répondre que par « oui » ou par « non ».
- **Situation 4** : l'émetteur fait face au récepteur. Ce dernier a le droit de poser toutes les questions qu'il souhaite. Le récepteur est libre de sa réponse.

À l'issue de ces quatre situations de communication, les figures obtenues sont comparées entre elles et au modèle initial.

II-L'identité



QU'EST CE QUE L'IDENTITÉ
DES ACTEURS ?



> TRAVAIL EN GROUPE

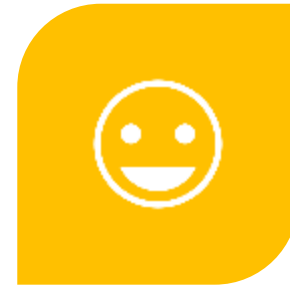
II-1.L'identité des acteurs



CHAQUE ACTEUR COMMUNIQUE
AVEC SON IDENTITÉ (= ENTRE
AUTRES SA PERSONNALITÉ)



SON IDENTITÉ INFLUENCE SON
INTERPRÉTATION DES SIGNES
VERBAUX ET NON VERBAUX



ELLE CONDITIONNE AUSSI SA
RÉACTION

II-2. Les composantes de l'identité

- **Définition de l'identité** : La personnalité de l'individu, sa culture, les usages, les savoir, les expériences qui lui sont propres
- Ces éléments ont une influence directe sur son mode de communication

II-2. Les composantes de l'identité (suite)

A- Les perceptions

- La perception est le processus par lequel un individu organise et interprète ses sensations, sur la base de son expérience, de son éducation, de sa culture de façon à donner un sens à son environnement= interprétation subjective et sélective de la réalité.
- la perception interpersonnelle induit des biais importants :
 - les stéréotypes
 - « l'effet de halo » qui consiste à se faire une opinion d'une personne à partir d'une seule de ses caractéristiques comme son apparence, son intelligence ou sa sociabilité

Définition de stéréotype

- En psychologie sociale, un stéréotype est une **représentation caricaturale figée**, une idée reçue, une opinion toute faite acceptée et véhiculée sans réflexion, concernant un groupe humain ou une classe sociale.

Synonymes : préjugé, cliché, poncif.

Définition de « Effet de halo »

- L'effet de halo représente un biais altérant la perception des gens ou des marques.
- Il s'assimile à **la première impression** capable de générer une perception sélective des informations. Le jugement porté sur un objet ou une personne peut alors être affecté
- Un biais cognitif est un **schéma de pensée trompeur et faussement logique**. Cette forme de pensée permet à l'individu de porter un jugement, ou de prendre une décision rapidement. Les biais cognitifs influencent nos choix, en particulier lorsqu'il faut gérer une quantité d'informations importantes ou que le temps est limité.

II-2. Les composantes de l'identité (suite)

B-Les valeurs

- Ce sont des conceptions morales durables de ce qui est bon ou mauvais pour soi, les autres et le monde. Elles peuvent être propres à un individu, à un groupe, à une société qui les regroupent en système. Elles contribuent à fonder les jugements et à diriger les conduites.

QUESTIONS

1. Individuellement, répondez aux questions dans le tableau ci-dessous.
2. Regroupez-vous ensuite par 4 et comparez vos résultats.
3. Pour chacune des propositions sur lesquelles vous constatez un désaccord, présentez vos arguments à vos camarades.
4. Dégagez des conclusions de l'expérience que vous venez de vivre quant aux interactions entre nos valeurs et le processus de communication.

	1	2	3
1) Réussir, c'est faire des études, avoir un métier valorisant et gagner de l'argent.			
2) S'excuser est un aveu de faiblesse.			
3) La violence ne résout rien. Le plus fort, c'est celui qui reste calme.			
4) Les pays riches doivent venir en aide aux pays pauvres.			
5) La fidélité est indispensable dans un couple.			
6) Dans un pays, il ne peut y avoir de religion officielle.			
7) Les règles, c'est fait pour être respecté.			
8) Les patrons des grandes entreprises sont trop payés.			
9) C'est normal que les parents choisissent le futur conjoint de leur enfant.			
10) Il faut toujours rester fidèle à ses opinions.			

1= tout à fait d'accord, 2= pas du tout d'accord, 3=cela dépend

QUESTIONS

1. Identifiez les acteurs de cette histoire.
2. Classez-les en fonction de leur responsabilité par ordre décroissant.
3. Comparez vos réponses à celles de vos camarades et concluez.

Document

« Une jeune femme mariée, délaissée par un mari trop pris par son métier, se laisse séduire et va passer la nuit chez son séducteur, dans une maison située de l'autre côté de la rivière. Pour rentrer chez elle, le lendemain au petit matin avant le retour de son mari, qui va rentrer de voyage, elle doit retraverser le pont. Mais un fou menaçant lui interdit le passage. Elle court alors trouver un passeur qui lui demande le prix du passage. Elle n'a pas d'argent. Elle explique et supplie. Il refuse de travailler sans être payé d'avance. Elle va alors

trouver son amant et lui demande de l'argent. Il refuse sans explications. Elle va trouver un ami célibataire qui habite du même côté et qui lui voue depuis toujours un amour idéal, mais à qui elle n'a jamais cédé. Elle lui raconte tout et lui demande de l'argent. Il refuse : elle l'a déçu en se conduisant si mal. Elle décide alors, après une nouvelle tentative auprès du passeur, de passer le pont. Le fou la tue. »

II-2. Les composantes de l'identité (suite)

C- Les attitudes

- Les prédispositions permanentes à **percevoir** une situation, une personne, un événement **et à réagir** dans un sens déterminé

II-2. Les composantes de l'identité

C- Les attitudes

2 grandes catégories d'attitudes dans une situation de communication :

Les attitudes neutres

Les attitudes d'influence, de pression

Les attitudes neutres

- elles-mêmes subdivisées en :
 - **attitudes d'interprétation** : l'interlocuteur **interprète** ce qu'il **croit avoir compris, à la place de l'autre** (« *D'après moi...* »)
 - **attitudes de non-influence** :
l'enquête (« *Comment ? Pourquoi ?* »),
la compréhension (« *Si je comprends bien...* »).
- L'interlocuteur peut aider l'autre en l'écoutant, mais ce dernier est seul capable de résoudre son problème.

Les attitudes d'influence, de pression

- le soutien (« *Il ne faut pas s'en faire* »),
- l'évaluation (« *C'est bien, c'est mal* »),
- le paternalisme,
- la décision,
- le conseil,
- le jugement.

L'interlocuteur se met à la place de l'autre.

II-2. Les composantes de l'identité

D-l'image et l'estime de soi

- l'estime de soi, la façon dont on se juge.
- dépend du degré de cohésion entre les aspirations et les succès de chaque personne.

Application n° 3

Les attitudes de réponse au cours d'un entretien entre deux personnes

Partie A : Les faits, opinions et sentiments

QUESTIONS

- À partir de l'exemple donné ci-dessous, apportez pour chaque question, trois réponses correspondant aux trois plans de discussion :

	Plans de discussions		
	Faits	Opinions	Sentiments
Quel temps fait-il ?	Il pleut.	C'est un temps de saison.	Il fait un temps de chien.
Quelle heure est-il ?			
Quelle voiture possède-t-il ?			
Y a-t-il des absents aujourd'hui ?			

QUESTIONS

1. Identifiez, pour chaque question, la nature de l'attitude générant la réponse apportée : attitude d'interprétation (1), de non-influence (2), d'influence (3).
2. Précisez dans chaque cas les réponses à privilégier, en proposant le cas échéant une autre réponse si aucune de celle proposée ne vous satisfait.

Questions / réponses	Attitude génératrice de la réponse
1. Ce devoir doit être rendu demain et je ne l'ai pas commencé... Or ce soir, il y a une émission passionnante à la télé. Je ne sais pas quoi faire.	
1.a Tu es bien embarrassé pour décider... Je te comprends...	
1.b Tu pourrais faire ton plan et mettre ton réveil à 4 heures pour rédiger.	
1.c Mais c'est comme cela que tu envisages ton travail ? Quel manque de professionnalisme !	
2. J'ai refait l'exercice auquel nous avons réfléchi il y a quelques jours. Je trouve 250 au lieu de 225. Quelle est la bonne solution ?	
2.a C'est à voir... De toute façon, tu as bien fait de reprendre cet exercice.	
2.b On va revoir cela ensemble pour en avoir le cœur net.	
2.c Comment as-tu procédé ? Quelle a été ta démarche ?	
3. Quand je débiterai dans la vie professionnelle, je m'arrangerai pour me faire remarquer : je veux réussir à tout prix et supplanter mes collègues.	
3.a Tu as beaucoup d'ambition, c'est bien... Mais je désapprouve ta mentalité.	
3.b Ainsi, tu penses que pour réussir, tu devras « écraser » les autres...	
3.c Dans l'immédiat, la seule chose à faire est de travailler pour réussir à ton bts.	
4. L'ambiance de la classe n'est pas agréable ; chacun travaille pour soi. Alors, je fais comme les autres, je ne m'occupe pas d'eux.	
4.a Comment travaillent les étudiants ? As-tu des amis hors de la classe ?	
4.b Tu vis replié sur toi, sans doute parce que tu dois redouter le contact des autres.	
4.c Tu veux dire que tu ne peux rien faire pour améliorer cette situation ?	

III-Les sources de dysfonctionnement

- La communication interpersonnelle dépend donc :
 - de l'identité de chacun;
 - de la relation qui s'instaure avec les partenaires ;
 - des situations relationnelles ;
 - de certaines démarches relationnelles qui posent problème (demander quelque chose, refuser quelque chose...).

Les différentes sources de dysfonctionnements

Sources des dysfonctionnements	Solutions à mettre en œuvre
<ul style="list-style-type: none">• Les problèmes sémantiques : manque de clarté, de précision, de concision du message ; mauvaise maîtrise des règles de l'expression orale ou écrite.• Manque d'intelligibilité des messages (difficulté de décodage).	S'assurer de l'existence d'un code commun. Attention : cette condition est nécessaire mais non suffisante.
Les sources de distraction environnementales (bruit de fond et interruptions).	S'assurer des conditions optimales du contexte spatio-temporel de l'échange (lieu et moment adaptés, sources de bruits potentielles neutralisées...).
Les effets de la position hiérarchique (dire plutôt qu'écouter pour un manager, retenir de l'information pour garder du pouvoir, rapport hiérarchique inhibant l'affirmation de soi). Les attitudes et rôles des acteurs .	Le contexte donne le sens des échanges. Il est donc indispensable de le préciser dès les premiers échanges. Ex. : « <i>Cette réunion a pour but de rechercher ensemble des solutions à la baisse de fréquentation. Chacun d'entre vous doit pouvoir s'exprimer librement sur les causes et les solutions à envisager</i> ».

Les bruits



des bruits techniques : moyens de transmission d'un message :
téléphone : friture ; haut parleur : grésillement



des bruits psychologiques :
conduite, attitude de l'émetteur et/ou du récepteur : sentiment, a priori, préoccupations, etc.



des bruits organisationnels :



liés au contexte, au lieu, à l'emplacement de l'émetteur par rapport au récepteur