**La fenêtre de Johari**

La fenêtre de Johari est une matrice qui a été mise au point par **Jo**seph Luft et **Harri**ngton Ingham en 1955. Elle s’inspire de la programmation neurolinguistique.

C’est un modèle de communication utilisé pour améliorer la connaissance de soi et les relations entre individus. Il s’agit d’un excellent outil de **développement personnel.**

C’est un tableau constitué de 4 cadrans. Chaque cadran (zone, aire) représente une part du " soi ", définie par des comportements, sentiments, expériences, capacités, points de vue particuliers, connus par soi et au sujet d'un autre (personne ou groupe).

La relation entre les individus est d'autant plus efficace que la zone 1 (publique) est grande, matérialisant ainsi le fait que les individus échangent naturellement de l'information et coopèrent pour limiter les distorsions, les incompréhensions, voire les conflits.

**Objectifs :**

* Renforcer l’estime de soi
* Contrôler son image
* Optimiser sa communication
* Développer son empathie

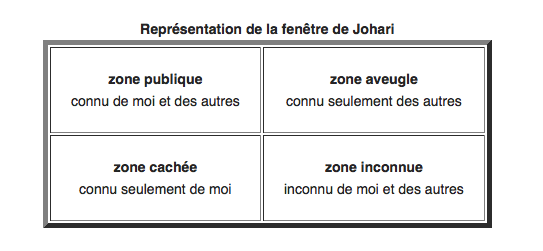
Cet outil permet de prendre conscience que la connaissance de soi passe aussi par une communication plus ouverte :

* Plus vous parlez de vous et plus les autres en savent sur vous : vous vous faites mieux comprendre et vous pouvez établir les bases d'une relation de confiance.
* Plus vous écoutez et plus vous savez ce que les autres pensent de vous : vous vous comprenez mieux et pouvez vérifier l'effet que vous produisez sur les autres.

-**Contexte**

L'outil peut être utilisé de deux manières :

* Pour soi, pour établir un " diagnostic " de son mode de fonctionnement relationnel et mieux se connaître ;
* En équipe, pour faire à la fois prendre conscience de l'intérêt de parler de soi et pour encourager l'expression (et l'acceptation) de feedbacks constructifs.



La fenêtre de Johari se décompose en 4 parties :

**Zone publique :** ce sont les informations connues publiquement. Notre carrière, nos études, notre situation personnelle (marié ou pas). Elle représente la manière dont tout le monde nous voit.

**Zone cachée :** il s’agit de notre jardin secret. Ce sont les informations que nous ne jugeons pas nécessaires de transmettre à autrui ou que nous n’avons pas pensé à révéler. Il se peut par exemple que vous n’ayez jamais dit, par pudeur, que l’altruisme occupait une grande place dans votre vie et que vous consacriez vos week-ends à aider les plus démunis. La zone cachée est alimentée à la fois par une action consciente et par des réflexes inconscients.

**Zone aveugle :** cette zone est particulièrement intéressante. Elle représente l’image qu’ont les autres de nous mais que nous ne connaissons pas. Cette partie est essentiellement due à des actions inconscientes de notre part : communication non-verbale, lapsus, tics de langage…

**Zone inconnue :** nous avons tous du potentiel inexploité, des talents que nous n’avons pas encore exprimés mais aussi des désirs et des besoins que nous gardons enfouis en nous sans le savoir. Les informations contenues dans cette zone sont donc inconnues de nous et des autres.

**Pour résumer :**

* Les informations dont la personne dispose sur elle-même (zone publique et cachée)
* Les informations dont elle ne dispose pas (zone aveugle et zone inconnue)

**Les avantages de la fenêtre de Johari** :

* La fenêtre de Johari permet de « changer de perspective » en nous dissociant de notre point de vue subjectif.
* C’est comme si nous nous observions de l’extérieur.
* Ainsi, notre jugement est moins affecté par nos émotions et nos décisions gagnent en pertinence.
* La fenêtre de Johari comprend un travail individuel et un travail collectif.
* Elle permet de rendre cohérentes notre communication et notre manière d’agir et d’être pour gagner en authenticité…ou, plus négativement, à manipuler l’opinion publique.

**La fenêtre de Johari répond à ces questions :**

Quelle image j’ai de moi ?

Quelle image je renvoie ?

Comment éclairer des zones d’ombre en moi ?

Comment suis-je perçu ?

Comment rapprocher ce que je souhaite exprimer de ce que j’exprime ?

Comment pensent les autres, que ressentent-ils ?

En bref, la fenêtre de Johari permet de mieux se connaitre et de maitriser notre image publique afin de gagner en cohérence.

Elle est aussi une excellente base de travail et de compréhension sur autrui (empathie).

**Comment l'utiliser ?**

**Étapes**

Il s'agit d'augmenter la taille de la zone publique en diminuant celle des trois autres zones. Tout changement dans une des zones se répercute instantanément sur les trois autres.

* 2. Aveugle = **demander** : en recherchant activement des feedbacks de la part des personnes avec lesquelles vous êtes en interaction.
* 3. Cachée = **partager** : en dévoilant aux gens comment vous fonctionnez, quels sont vos repères, vos lignes directrices, et tout en préservant - bien sûr - votre intimité !
* 4. Inconnue = **découvrir** : en se prêtant à de nouvelles expériences, en sortant de sa zone de confort.

**Méthodologie et conseils**

* Il vous appartient de prendre l'initiative de la communication, aussi bien pour se dévoiler que pour demander un feedback. Vous accepterez en effet d'autant mieux le feedback que vous l'aurez sollicité.
* Lorsque le contexte est approprié, partagez spontanément des informations de votre zone 3 (cachée) : vos pensées, sentiments, objectifs...
* Vous pouvez (et devez même), si la confiance est suffisamment forte, faire aussi part de vos problèmes et difficultés.
* Si des personnes souhaitent mieux vous connaître, elles vont souvent, de manière réciproque, dévoiler des informations de leur zone 3 (cachée).

**Avantages**

* L'outil est un excellent révélateur de l'intelligence émotionnelle de la personne. La taille respective de ses zones sera en effet un marqueur de sa capacité à pouvoir communiquer efficacement sur elle ou sur les autres et à se remettre en question.

**Description des quatre grands profils**

Les quatre quadrants représentant notre " soi " ont des tailles différentes qui reflètent de manière proportionnelle l'information qu'une personne détient sur elle-même et sur une autre. Une traduction en termes d'intelligence émotionnelle peut être faite lorsqu'une zone est dominante en termes de taille :

* **Zone 1 (publique).** Ces personnes sont dotées d'une **grande** intelligence émotionnelle. Elles savent dévoiler l'information utile en fonction du contexte et demander spontanément des feedbacks. Elles sont perçues comme faciles d'accès, ouvertes aux autres.
* **Zone 2 (aveugle).** Ces personnes ont une **faible** intelligence émotionnelle. Elles sont souvent perçues comme " agressives ", dans le sens où elles donnent beaucoup de feedback (voire de critique) aux autres (qui ne sont pas toujours sollicités) et elles en demandent peu. Elles semblent peu conscientes ou peu à l'écoute d'elle-même ou de leur environnement. Cela entrave leur capacité à pouvoir travailler en équipe.
* **Zone 3 (cachée).** Ces personnes ont un niveau d'intelligence émotionnelle " **suspect** ", comme leur comportement peut le laisser paraître. Elles gardent au maximum privé ce qu'elles savent d'elles et se dévoilent peu. Elles ne s'impliquent pas dans le groupe et créent un sentiment de gêne vis-à-vis de leurs collègues ce qui rend la collaboration délicate. Ces personnes contrôlent généralement la conversation en posant beaucoup de questions aux autres. Elles peuvent rapidement générer un climat de défiance ou de suspicion.
* **Zone 4 (inconnue).** Ces personnes ont une intelligence émotionnelle **en sommeil**. Elles prétextent participer au groupe par l'écoute et l'observation. Elles sont perçues comme renfermées voire mystérieuses, les autres ne parvenant pas à les situer. Elles dépensent beaucoup d'énergie à s'entourer d'une sorte de bouclier, alors qu'elles devraient se faire violence pour se découvrir.

**Utilisation de l'outil en situation de management**

Lorsqu'un nouveau membre intègre une équipe existante, la taille de la zone 1 (publique) est relativement petite puisque peu d'information est encore partagée.

Le rôle d'un manager est de promouvoir une **communication ouverte** et positive ainsi qu'un **partage de connaissances** entre tous les membres. Plus les membres de son équipe seront capables de se comprendre et de communiquer et plus l'équipe sera efficace. Il peut plus particulièrement intervenir directement à trois niveaux :

Poser des questions pour inciter la personne à dévoiler des informations cachées (zone 3) tout en respectant le seuil de discrétion de chacun. Le manager doit au moins encourager à l'expression des sentiments qui lui permettront d'avoir une indication sur le mode de fonctionnement du collaborateur.

Faire régulièrement et directement des feedbacks rapides sur le travail et le **comportement** de la personne.

Mettre en place des activités de découverte, d'analyse de pratique ou de tutorat pour réduire la zone 4 (inconnue).

**Exemple d'Application de l'outil en situation de management**

**Cas A :** la zone 1 (publique) et la zone 2 (aveugle) sont petites parce que les autres membres de l'équipe ne connaissent pas grand-chose du nouvel arrivant, qui n'a pas encore dévoilé beaucoup d'information le concernant (zone 3). Dans l'exemple, la zone 4 (inconnue) est grande parce qu'il s'agit d'un collaborateur relativement junior dans la fonction, qui manque encore d'expérience.

**Cas B :** par le processus de " dévoilement " et de feedback (encouragé et réalisé par le manager), la zone publique s'est étendue et réduit la taille des trois autres zones. Progressivement, en mettant le collaborateur à l'aise, l'ensemble des membres de l'équipe :

* L’incitent à parler de lui et donc à transférer de l'information de la zone 3 vers la zone 1. La culture d'entreprise et l'ambiance de travail auront à ce sujet une influence importante ;
* Lui livrent de l'information sur la manière dont il est perçu, en transférant de l'information de la zone 2 à la zone 1 ;
* Lui permettent de se mettre " en danger " en sortant de sa zone de maîtrise pour réaliser de nouvelles tâches. Le jeu d'essai-erreurs qui s'opérera permettra de transférer de l'information de la zone 4 vers la zone 1.