

## COMMUNICATION INTERPERSONNELLE module

CONTEXTE THEORIQUE	CIBLE	INTERÊT DE LA COMMUNICATION	CONTENU
<p>Ce module s'inscrit dans le cadre théorique, conceptuel et définitionnel de la communication en tant que science. Ce cadre ou contexte renvoie à quatre approches :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-mécanique</li> <li>-langagière</li> <li>-linguistique</li> <li>-</li> </ul> <p><b>comportemental</b></p> <p><b>e.</b> C'est précisément dans la dernière approche que ce présent module trouve sa source. Il est donc orienté : développement personnel.</p>	<p>Ce module s'intéresse à tout membre du corps social et politique ; tout être humain. Il s'adresse, comme dirait le Pape Paul VI (Populorum progresio, 1969 sur Le développement humain) à « tout l'homme et à tous les hommes ».</p>	<p>Elle permet de :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-se mettre en valeur</li> <li>-se mettre en confiance</li> <li>-éclairer</li> <li>-influencer</li> <li>-être efficace</li> <li>-développer sa personnalité.</li> </ul>	<p>1-Définition et schéma de la communication ;</p> <p>2-Grilles de lecture ;</p> <p>3-Règles et techniques d'argumentation et de persuasion ;</p> <p>4-Difficultés et obstacles à la communication ;</p> <p>5-La communication orale ;</p> <p>6-Dynamique de groupe et animation de réunion.</p>

***NB : Il ne s'agit pas d'un cours de « Techniques d'expression » encore moins d'un cours de français.***

### 1-DEFINITION ET SCHEMA DE LA COMMUNICATION

Le processus de communication peut être appréhendé sous trois aspects complémentaires : forme, relation, situation.

#### *1.1-L'aspect formel : le schéma de la communication*

Toute communication suppose la mise en œuvre des composantes suivantes : l'émetteur, le récepteur, le message, le code, le canal, le feed-back, la sphère ou environnement.

NB : - le code a pour fonction de rendre le message intelligible, compréhensible. Il consacre l'étymologie du mot communication « *comminucare* » qui signifie : « mettre en commun ».

- le feed-back permet de s'assurer que le message est perçu et compris ;
- le « bruit » ou biais désigne toute perturbation de la communication au moment où elle se produit.

### *1.2-L'aspect relationnel :*

La communication intègre une dimension psychologique et relationnelle importante qui fait appel à :

- la motivation : besoin et nécessité de communiquer ;
- la psychologie des interlocuteurs ;
- l'environnement (ou sphère) socio-culturel des interlocuteurs.

### *1.3-L'aspect situationnel :*

La situation dans laquelle on communique constitue un environnement physique ou empirique propice ou non à la communication.

#### **Démarche de communication**

Donc face à un contexte de communication (réunion de famille, d'ASC...) on adopte la démarche suivante :

*Phase 1* : lecture ou étude du contexte de communication à travers :

- aspect formel
- aspect relationnel
- aspect situationnel (le lieu).

*Phase 2* : on définit un OBJECTIF de communication ;

*Phase 3* : on définit une démarche de communication

*Phase 4* : on définit des moyens de communication.

#### **Définition de la communication:**

Au regard de ces concepts de base, la communication peut être définie comme « *le processus relationnel par lequel, en réponse à un besoin et une nécessité, un émetteur et un récepteur se transmettent ou s'échangent des informations.* »

Il existe bien d'autres définitions de ce processus. Le terme lui-même peut désigner selon les cas :

- l'action de communiquer ;
- les moyens de communiquer ;
- l'information communiquée ;
- la relation entre émetteur et récepteur.

#### **Théories de la communication**

La communication est un phénomène éminemment humain (voir la question de la nature humaine), qui met en jeu des valeurs, des intérêts, des statuts, en fonction des cadres de référence. Elle se définit par rapport à certaines notions (information, expression, langage...) mais aussi par rapport à des cibles, finalités, stratégies, disciplines et supports ou moyens.

Sous l'angle empirique elle comporte quatre champs théoriques (au-delà des approches: mécaniques, linguistiques, langagières, comportementales) :

- les théories de l'attention (qui fondent le marketing) ;
- les théories des besoins et de la motivation (cf. Abraham Maslow) ;
- les théories des systèmes ou l'organisation (qui fondent le management en général) ;
- les théories de la persuasion.

Les théories de persuasion sont au nombre de quatre. Il s'agit de :

- a) la théorie de l'homme-individu : elle veut que chacun d'entre nous ait une personnalité propre (ego) qui le distingue des autres ;
- b) la théorie de l'homme conditionné : elle fondée sur le processus du stimulus-réflexe (réflexe conditionné), en référence aux expériences de Pavlov ;
- c) la théorie de l'homme normé ou conforme : elle considère l'homme comme un être social appartenant à différents groupes qui définissent des normes, des statuts, des valeurs, des symboles...
- d) la théorie de l'homme rationnel : elle est fondée sur le fait que l'homme agit selon un processus réfléchi qui obéit à la logique. (voir lois de la pensée).

## 2-LES GRILLES DE LECTURE

### 2.1- Les cadres de référence : les schémas mentaux :

Le cadre de référence désigne ici, l'ensemble des principes de jugement et des a priori qui distinguent un individu de tout autre. Ces cadres de référence dessinent des schémas mentaux qui déterminent la façon de communiquer ou de se comporter. Ainsi on distingue quatre schémas mentaux : idée-action-méthode-relations humaines.

<b>IDEE</b>	<b>ACTION</b>
<b>RELATION HUMAINE</b>	<b>METHODE</b>

### A-Nature des schémas mentaux

<b>Caractéristique</b>	<b>NATURE</b>
<b><i>TYPE</i></b>	
<i>IDEE</i>	-Propension à être bavard, loquace, volubile.
<i>ACTION</i>	-Propension à la sobriété dans le propos.
<i>RELATION HUMAINE</i>	-Propension à évoquer des noms de personnages.
<i>METHODE</i>	-Propension à structurer le message.

## B-Avantages et inconvénients

Caractéristiques <i>TYPE</i>	AVANTAGES	INCONVENIENTS
<i>IDEE</i>	-Eclaire dans bien des cas -Rassure	-Ennuie -Prédispose peu à l'écoute
<i>ACTION</i>	-Va à l'essentiel ; apporte la concision	-Déroute l'interlocuteur qui attend le détail
<i>RELATION HUMAINE</i>	-Apporte l'ouverture, la convivialité	-Ennuie
<i>METHODE</i>	-Facilite l'accès au message	-Déroute l'interlocuteur non initié.

Le meilleur communicant n'est pas celui qui dispose de tel ou tel schéma mental ; même pas de tous les schémas, en même temps, mais celui qui sait faire usage de manière opportune de tel ou tel schéma mental en tant qu'émetteur ou récepteur.

### 2.2- Le paradigme de Lasswell :

C'est une grille qui permet d'élucider un message, de le rendre intelligible.

Harold Dwight Lasswell , Politics (1948) ou Structure et fonction de la communication dans la société. : « Who, gets what, when, where, how ? » ou « **Qui dit quoi, à qui, par quel canal et avec quels effets ?** »

Langage naturel	Langage audio-visuel	Langage documentaire (ST)
QUI DIT ?	Emetteur/encodage, codage	<b>-biographie</b> <b>Auteur :</b> <b>-bibliographie</b>
QUOI ?	Message/code	<b>-contexte</b> <b>Contenu :-objet</b> <b>-implications</b>
A QUI ?	Récepteur/décodage	<b>Lecteur, lectorat</b>
PAR QUEL CANAL ?	Canal, Média	<b>Document, support</b>

AVEC QUELS EFFETS ?	Impact, audience/feed-back	- <i>éducative</i> <b>Valeur:-informative</b> - <i>cognitive</i> (théo./prtq)
---------------------	----------------------------	---

### 3- REGLES ET TECHNIQUES D'ARGUMENTATION ET DE PERSUASION

« *Argumenter* », au sens strict, désigne l'art de justifier un choix, une idée, une opinion et de la mettre en valeur ; de prouver sa validité.

L'argumentation ou persuasion vise les objectifs suivants :

- expliquer ce que l'on a dit,
- amener l'interlocuteur à dire oui ;
- démontrer l'intérêt qu'il y a à accepter l'idée avancée ;
- expliquer pourquoi on dit non à l'idée proposée.

Au regard de ces objectifs, on peut dire que l'argumentation est un choix permanent dans la trilogie : accepter, demander, refuser.

#### 3.1-Les bases de l'argumentation :

Elles peuvent être éclairées en référence à certaines règles, notamment :

- la capacité d'écoute
- l'identification des besoins des individus
- la connaissance de soi pour connaître les autres
- la capacité de se mettre à la place des autres : capacité d'empathie
- la connaissance du bon niveau de sensibilité à la persuasion
- l'aptitude physique
- la politesse
- la valeur de l'exemple
- la motivation (proposer un but, susciter l'intérêt)
- l'humour
- la préparation de l'autre
- la participation

#### 3.2- Les techniques :

On note essentiellement deux catégories de techniques de persuasion : celles qui font appel au raisonnement et à la logique formelle et celles qui font appel aux sentiments et aux valeurs. La première catégorie s'appuie sur les processus de pensée que sont : l'induction, la déduction, la définition, la description, la comparaison, l'analogie, l'appel au fait... Il existe toutefois, le raisonnement pratique ; c'est-à-dire qu'on peut justifier une position par les effets.

Mais en matière d'argumentation ou persuasion l'usage des qualificatifs est très délicat. Il convient donc de connaître la nature des adjectifs qualificatifs.

Adjectifs qualificatifs :

- **objectifs** : *femelle, mâle, célibataire...*
- **subjectifs** :
  - **affectifs** : *drôle, pathétique...*
  - **évaluatifs** :
    - . Axiologiques : *beau, laid, joli, mal, bien, mauvais, bon...*
    - . Non axiologiques : *petit, grand, chaud, froid...*

## **4- LES DIFFICULTES ET LES OBSTACLES A LA COMMUNICATION**

Lorsque l'analyse de la communication conduit à un constat d'inefficacité, il faut l'expliquer en recherchant :

- la nature des difficultés rencontrées ;
- les principaux obstacles ou facteurs d'échec.

### **4.1- Les difficultés :**

On distingue essentiellement, quatre types de difficultés : cognitif, affectif, technique et économique.

#### **A- Les difficultés d'ordre cognitif :**

Elles sont liées au code ; pour se comprendre, les interlocuteurs doivent avoir un code commun.

#### **B- Les difficultés d'ordre affectif :**

Elles sont liées à la personnalité de l'émetteur ou du récepteur (timide, timoré, impulsif, enthousiaste, euphorique, gagné par le stress ou le trac...)

#### **C- Les difficultés d'ordre technique :**

Elles sont liées au canal (pas fiable, saturé, long et rigide...).

#### **D- Les difficultés d'ordre économique :**

Elles sont liées au rapport qualité/coût de la communication ; car émettre, transmettre ou conserver le message représentent un coût.

### **4.2- Les obstacles ou barrières :**

Les difficultés s'expliquent par l'existence de barrières ou obstacles qui bloquent la communication et par d'autres facteurs d'échec en rapport avec les principales composantes de la communication indiquées au 5.1.

La barrière est définie comme tout obstacle latent ou apparent à la communication. Les barrières sont individuelles ou collectives.

#### **A- Les barrières individuelles :**

Elles concernent essentiellement la personnalité de l'émetteur et du récepteur. Certains spécialistes (Vivien J.-P. ; Auclair M. ; Brassart U.) distinguent cinq types de barrières individuelles.

a)- La rigidité du système de référence : le système auquel on appartient ou on se réfère, détermine notre façon de parler ou de nous comporter qui diffère de la façon dont un étranger à ce système parle ou se comporte.

b)- L'inaptitude ou l'impréparation à la communication (en tant que récepteur ou émetteur) : communiquer avec efficacité, c'est être en mesure d'analyser une situation de communication, d'en définir les objectifs et la stratégie et de mettre les moyens appropriés.

c)- Les attitudes (envers les autres ou l'interlocuteur) : il peut s'agir de suspicion systématique ou de confiance aveugle.

d)- Le jugement porté sur l'importance de la communication par rapport aux buts, à l'attente, aux enjeux.

A titre d'exemple, un entretien d'embauche peut avoir une valeur affective forte pour le candidat mais une valeur purement routinière pour le recruteur.

e)- La conception de son propre rôle, de son statut social et de ceux de son interlocuteur ; Notamment dans les relations interpersonnelles : enfant-parent ; subordonné-chef ; élève-maître.

## B- Les barrières collectives :

Elles résultent de l'appartenance de l'individu à un groupe et de l'influence que ce groupe peut exercer sur lui. Le groupe désigne une réunion d'individus consacrant leurs activités à la satisfaction d'un but ou d'un intérêt commun. Les valeurs, croyances, normes d'attitudes et de comportements, le langage employé constituent un ensemble de références dans lesquelles le membre du groupe s'identifie plus ou moins selon son degré d'adhésion à ce groupe. Cet ensemble formera le système d'appartenance de l'individu. Les barrières collectives interviennent à deux niveaux de la communication : au sien du groupe et entre les groupes.

NIVEAU DE COMMUNICATION	BARRIERES
<b>a)au sein du groupe :</b>  - le groupe dans son ensemble :	- existence de sous-groupes qui s'opposent ; - mauvaise définition des rôles et des responsabilités ; - influence néfaste du chef ; - perte de confiance due à des échecs antérieurs ; - réseau de communication défectueux ; - système de rémunération développant la compétition individuelle
- la relation de l'individu à son groupe :	- opposition de principe, repli sur soi ; - manque de motivation ou inimitié, blocage vis-à-vis du groupe ; - contestation de la répartition des rôles ; - coalition du groupe contre l'individu considéré comme « souffre-douleur ».
<b>b) entre les groupes :</b>	- divergences d'intérêts et de buts (service commercial/ service production) ; - imperfection du réseau, trop long ou mal défini.



## 5- LA COMMUNICATION ORALE

Une communication est efficace si l'objectif qui est visé est atteint. La langue est un outil privilégié de la communication orale ; cependant, elle ne saurait se borner à un simple échange de mots. Toute communication orale présente deux composantes :

- l'explicite : ce qui est clairement exprimé ;
- l'implicite : ce qui est sous-entendu par le comportement non verbal.

Il a été établi par un chercheur d'une université américaine que nos sentiments et opinions s'expriment à :

- 7% par les mots ;
- 38% par l'intonation de la voix ;
- 55% par nos gestes.

On peut dès lors retenir l'équation :

<b>COMMUNICATION ORALE = MOTS + GESTES</b>
--

### 5.1- Les éléments de la communication orale :

#### A- Le langage verbal :

Il désigne ce qui est dit. Selon Esope, « *la langue est la meilleure et la pire des choses.* » Le message et son contenu doivent tenir compte de :

- le sens des mots
- la précision
- les faits, opinions ou sentiments
- la fonction du message
- le registre de langage.

#### a)- Les fonctions du message :

Selon Jakobson (R.) dans Essai de linguistique générale, le message a 6 fonctions principales. Il s'agit de :

- la fonction expressive ou émotive : elle marque l'attitude de l'émetteur par les pronoms, moi, je...
- la fonction référentielle : elle est centrée sur l'objet du message, l'« référent » par les pronoms, il, elle, lui...
- la fonction poétique ou esthétique : elle est liée à la force évocatrice des mots et de leur combinaison ;
- la fonction phatique : elle sert à maintenir le contact avec l'interlocuteur ; à travers des mots ou expressions tels que : « Allo ! Bienvenue ! J'écoute... »
- la fonction métalinguistique : elle est l'explication du code ou du langage utilisé ; comme dans : « Nous sommes bien d'accord, la proue c'est l'avant du bateau, la poupe l'arrière. »
- la fonction conative : ici, le message est centré sur le récepteur, pour exercer une influence sur lui par les pronoms, tu, toi...

#### b)- Les registres de langage :

Un registre de langage est adapté à une situation de communication donnée. On distingue 4 quatre registres.

- le registre courant : celui de la langue correcte ;
- le registre soutenu : celui de la langue soignée ;
- le registre familier ou argotique : celui de la langue relâchée ;
- le registre technique : celui de la langue scientifique.

## **B- Le langage non-verbal et le paralangage :**

D'après une étude, deux négociateurs échangent lors d'un entretien d'une durée moyenne de 30 minutes, plus de 800 messages non verbaux ; cela, à travers :

- la voix (paralangage)
- le regard
- les mimiques
- les gestes
- la posture
- l'apparence ;

En effet, une intonation variée de la voix montre l'intérêt, la persuasion. L'articulation aide à la compréhension. Un débit égal traduit l'ennui, un débit rapide la nervosité. La puissance, les pauses, les silences, l'accentuation de certains mots, donnent le sens des phrases.

La communication non verbale ou paralangage est régit par un certain nombre de codes :

### **A- Généralités**

- b) les gestes naturels ou mécaniques : les mouvements d'instinct ou réflexes ; par exemple, le haussement d'épaules peut traduire un manque d'intérêt ;
- c) les gestes sociaux ou symboliques : les mouvements volontaires dotés d'une signification précise, liée à la culture, à l'origine sociale des individus ; par exemple le geste de la main pour saluer ;
- d) le regard : il indique le degré d'intérêt ou la disposition d'écoute ;
- e) l'expression du visage : elle indique la disponibilité d'esprit, le degré de sympathie, la conviction ou alors, le contraire de tout cela ;
- f) le vêtement : il exprime un statut social ou un style de vie.

### **B- Les codes de Ancelin-Schützenberger**

Ancelin-Schützenberger (A.) identifie des codes liés à la posture :

- a) assis droit sur la chaise
- b) coude sur la table et mains tenant la tête
- c) bras croisés
- d) penché en arrière, bras et jambes croisés
- e) assis penché en avant
- f)  $\frac{3}{4}$  couché sur la chaise.

### **C- Les codes particuliers**

- a) L'inclination du corps :
  - Corps droit vers vous : *intérêt*

- Corps renversé en arrière : *message négatif*
- En général les mouvements avant/arrière : *énergie et attitude positive*
- mouvement gauche/droite : *doute, insécurité*
- Trop de mouvements : *nervosité, tension*
- le changement de position présage une rupture de la communication.

b) Le visage :

- Contact visuel rompu : *dissimulation*
- Contact visuel fort : *honnêteté, intérêt*
- Regard balayant l'espace autour de soi : *ennui*
- Soudaine rougeur de la peau : *problème, quelque chose ne va plus (animosité ou Embarras)*
- Mâchoires serrées, rides accentuées : *signe qu'une tension s'installe.*

c) Les bras

- Bras autonome et libre : *disponibilité, tranquillité*
- Mouvements larges et énergiques : *soit une volonté d'étayer un point précis, de Convaincre, soit une menace et un désir de mettre fin à une discussion*
- Bras croisés : *besoin d'établir une barrière, un geste d'autoprotection.*

d) Les mains :

- Mains ouvertes et relâchées, surtout si les paumes sont tournées vers vous : *signal Positif*
- Mains qui touchent des parties du corps (menton, nez, bras) : *signal de tension*
- Mouvements désordonnés des doigts, mains crispés : *tension.*

e) Les jambes

- Croisement des jambes : *signe de tension intérieur*
- Pied sur le bureau : *possession, domination ; contraire d'une attitude d'ouverture*
- Cheville posée sur le genou : *peut être le signe que la personne est sur ses gardes*
- Chevilles croisées, pieds sous la chaise : *attitude de réserve, de défense ou de non- coopération*
- Jambes croisées détournées : *manque de communication ou communication Impossible*
- Jambes croisées tournées vers l'autre : *annonce positive des discussions*
- Jambes décroisées ouvertes : *détente, attitude, qui favorise le plus la négociation*
- Pied qui s'agite ou bat la mesure : *impatience, ennui ou désaccord.*

## 5.2- Les règles de la communication orale

Toute action de communication commande au préalable de définir concrètement et clairement les objectifs à court, moyen ou long terme, de les coordonner dans le temps, de

choisir le canal et les composantes du message en fonction du message lui-même, du statut, du système de référence ou d'appartenance, de la personnalité de son ou ses interlocuteurs. Trois grandes règles sont à respecter : l'écoute, la reformulation et la position des questions ;

## A-L'écoute

Dans Trouver des idées, c'est simple !, Foster nous dit : « *Si nous avons deux oreilles et une bouche, c'est pour écouter deux fois plus que nous ne parlons.* » Cette boutade traduit toute l'importance de l'écoute dans la communication. En effet, tout propos qui suscite une réponse véhicule de manière consubstantielle les éléments de cette réponse ; d'où la nécessité de bien écouter.

## B- La reformulation :

Elle a pour objectif de :

- montrer que l'on est en position d'écoute ;
- vérifier que l'on a bien compris le sens des paroles exprimées par l'interlocuteur ;
- pousser l'interlocuteur à s'exprimer de manières plus complètes.

## C-La position des questions :

Pour poser les questions de manières rationnelle et efficace, il faut en connaître la nature ou le type ainsi que les principes de questionnement.

### a)- la typologie des questions : fermée, ouverte, semi-fermée

TYPE	NATURE	OBJECTIF
FERMEE	Ne donne qu'une seule réponse	S'informer en obtenant une information précise
OUVERTE	Ne donne aucune orientation a priori	S'informer en laissant s'exprimer librement l'interlocuteur afin de découvrir ses attentes, ses freins, ses motivations et ses opinions.
SEMI-FERMEE	Propose plusieurs options précises	S'informer et orienter en proposant plusieurs possibilités précises au locuteur afin de l'amener à préciser ses choix essentiels.
L'alternative	Propose deux options	Orienter en amenant le locuteur à faire un choix clair et précis.

### b) Les principes de questionnement :

- Préparer un plan de questionnement (si la situation le permet), plan structuré selon la « technique de l'entonnoir » ; c'est-à-dire commencer par des questions générales et simples pour aller progressivement vers des questions plus précises.
- Ne jamais formuler deux questions en même temps.
- Utiliser une formulation neutre qui ne suggère pas de réponse particulière.
- Eviter d'introduire des jugements de valeur dans les questions.
- Utiliser un style direct et proscrire les formes négatives.
- Poser des questions courtes.

### c) Les techniques de questionnement

TECHNIQUES	NATURE	OBJECTIFS
-Question-relais	Reprend ce que quelqu'un a dit et le renvoie à l'ensemble des membres.	-Faire avancer la réflexion collective ; -Valoriser l'idée et son auteur.
-Question-relance	-Reprend une question restée sans réponse (elle peut être reformulée).	-Clarifier un propos
-Question-miroir	-Renvoie à l'émetteur sa propre question	-Obliger l'émetteur à se déterminer lui-même par rapport au problème qu'il pose ; -Obliger l'émetteur à clarifier sa position.
-Question-test	-Vérifier l'état des connaissances de l'interlocuteur	-Mieux appréhender son référent ; -Mettre en difficulté le référent, parce qu'il connaît mal ce dont il parle.
-Contre-question	- Réplique à une question par une question.	-Reprendre l'initiative du débat ; -esquiver.
-De contrôle	-Reformule les idées émises par l'un ou l'autre des interlocuteurs	-Vérifier : .Si on a bien compris : .La bonne foi.

## 6-DYNAMIQUE DE GROUPE ET ANIMATION DE REUNION

6.1-Dynamique de groupe

6.2- Animation de réunion

(support à envoyer)

