

Généralités, le champ de la communication interpersonnelle

Introduction Ce module a pour objectif de définir les éléments de base de la communication, de comprendre son processus et de déterminer les obstacles à celle-ci.

Plan Nous aborderons les points suivants :

- La communication
- Les acteurs de la communication
- L'objet de la communication
- Les obstacles à la communication

La communication

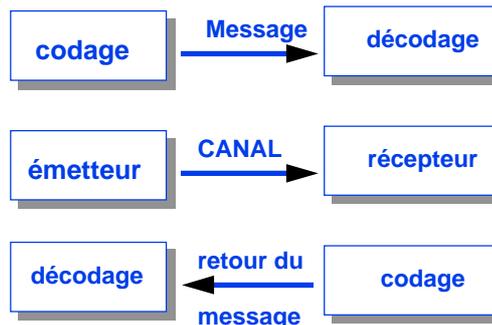
Définition La communication est le moyen utilisé par des personnes pour :

- échanger des idées
- informer et s'informer
- manifester un sentiment

Formes La communication peut prendre de multiples formes :

- écrite
- orale
- audio-visuelle, gestuelle (on parlera de para-langage)

Schéma La communication se développe selon un itinéraire qui, en fonction des acteurs, peut être simple ou très complexe.
Le schéma ci-dessous présente le circuit de communication :



Remarque :

Le canal recouvre tous les moyens de transmission de l'information : la parole, mais aussi l'écrit et le geste.
Il agit sur le codage de l'information .

Les acteurs de la communication

- Deux acteurs** Une communication implique deux acteurs :
- l'émetteur
 - le récepteur
-

Emetteur L'émetteur est la personne qui est à l'origine du processus, qui en a l'initiative.
C'est l'émetteur qui choisit le codage de l'information le plus approprié au moment voulu, dans un contexte voulu.

- Récepteur** Le récepteur est le destinataire du message élaboré par l'émetteur.
Le récepteur :
- reçoit l'information dans sa globalité
 - décode l'information immédiatement
 - répond à cette information selon les étapes suivantes :

Etape	Description
1	Une communication réussie suppose de la part du récepteur <u>une attitude d'écoute active</u> , c'est à dire une disposition intellectuelle à recevoir une information et à l'analyser.
2	<u>La perception de l'information</u> se fait à travers les canaux de transmission du message. (Ces canaux de transmission jouent aussi un rôle déterminant dans le travail de décodage et de synthèse que fait instinctivement le récepteur).
3	Le <u>traitement de l'information</u> a lieu
4	Ce traitement de l'information par le récepteur engendre une nouvelle information : une question ou une nouvelle réponse par exemple. On appelle ce phénomène <u>la rétroaction</u> ou encore feed back ou effet de retour.

Ce sujet continue page suivante

Les acteurs de la communication, Suite

Effet de retour L'effet de retour ou phénomène de "réponse" à la perception d'un message initial est l'élément dynamique de la communication.

Cette nouvelle émission peut prendre la forme :

- d'une réponse traitant le message initial
- d'un complément d'information.

L'échange de messages crée une interaction, un dialogue.

Une communication réussie doit laisser tant à l'émetteur qu'au récepteur le sentiment d'avoir été écouté, voire compris et créer le désir de poursuivre le dialogue.

La non-réponse implique une barrière ou un frein à la réception ou à l'interprétation du message.

L'objet de la communication

Introduction L'objet de la communication comprend :

- le message
- le contenu
- le contenant

Remarque :

On verra que ces différents éléments subissent des altérations.

Message Le message est défini par :

- un **contenu** ou une séquence d'informations
 - un **contenant** ou un canal choisi dans le but d'exprimer au mieux l'idée de l'émetteur
-

Contenu

Le contenu peut être la construction logique d'une idée, d'un argumentaire, etc

L'émetteur doit faire preuve de lisibilité, afin de faciliter la réception et la compréhension du message chez le destinataire.

Contenant

Le contenu est étroitement lié à la manière dont le message est transmis.

Exemple :

Selon le ton employé pour adresser une remarque à un tiers, celui-ci peut considérer qu'il reçoit une remontrance ou un conseil.

Ce sujet continue page suivante

L'objet de la communication, Suite

Altération

La pensée et les mots ou gestes utilisés pour exprimer le message et le faire partager sont en état de perpétuelle mouvance.

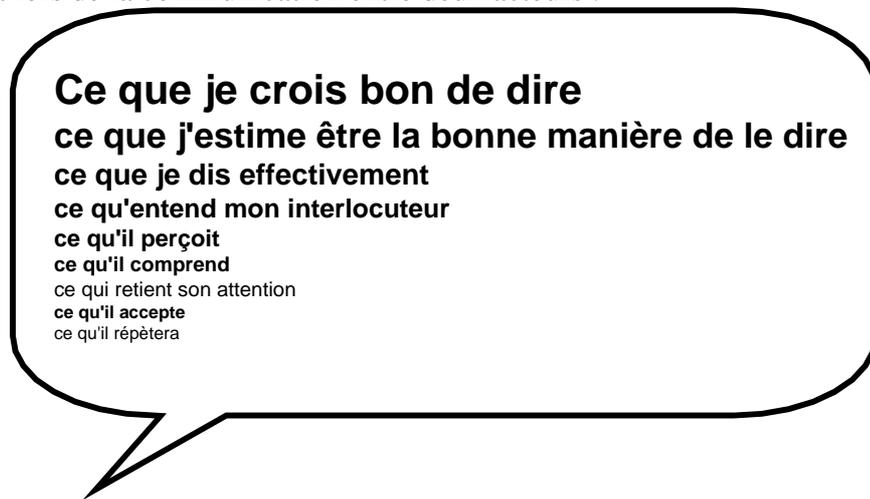
La circulation des idées est soumise à une perte de contenu, et à des distorsions.

Remarque :

Les altérations que subit le message sont dues aussi bien à l'émetteur qu'au récepteur .

Illustration

L'illustration ci-dessous décrit les altérations progressives que le message subit lors de la communication entre deux acteurs :



90% d'érosion

Le contenu d'un message subit une érosion de 90% avant d'arriver à destination.

Dans cette estimation, il n'est pas tenu compte des oublis, de l'incompréhension et des attitudes de rejet.

Les obstacles à la communication

Nature Les obstacles à la communication tiennent à la nature humaine : chacun veut avoir raison et fait de sa vérité une règle universelle.
Or, cette prédisposition mentale de l'individu est en contradiction avec le fondement de la communication : communiquer, c'est s'ouvrir à l'autre, l'écouter et le comprendre.

Recherche de l'harmonie La recherche d'une harmonie entre les deux pôles que sont l'émetteur et le récepteur affecte tous les éléments suivants :

- le message
- le codage / décodage
- le canal

Obstacles liés au message Un message écrit ou oral peut être mal perçu et mal interprété pour les raisons suivantes :

- un contenu inadapté à la cible
- un contenu compliqué ou trop succinct
- un vocabulaire trop ou pas assez technique
- un vocabulaire inapproprié
- une rédaction incertaine
- un ton péremptoire
- une mauvaise intonation
- une articulation défectueuse

Ce sujet continue page suivante

Les obstacles à la communication, Suite

Obstacles liés au message, suite

Le choix du support le plus adapté est également une question essentielle. Les obstacles liés au canal de transmission sont le plus souvent d'ordre technique, matériel, et sont involontaires :

- l'ambiance et l'environnement défectueux
 - les bruits parasites au cours du face-à-face
 - les interférences
-

Obstacles liés à la personne

L'individu, tant émetteur que récepteur, peut par son comportement, sa nature profonde et sa culture, être à un instant donné un obstacle à la transmission ou à la réception d'une information.

Les obstacles principaux liés à la personne sont les suivants :

- la préparation insuffisante de l'émetteur
 - les à priori et les préjugés
 - la distraction, le retrait sur soi
 - l'agressivité, le stress, l'angoisse
 - la crainte du changement
 - l'appréhension, la timidité et la méfiance
-

Généralités, l'édification de la personnalité et la communication

Introduction

Ce module va vous familiariser avec le concept de l'édification de la personnalité, qui est à la base de la communication.

Vous prendrez conscience, grâce à différents exercices, que chacun d'entre nous est différent et que ces différences rendent la communication complexe.

Plan

Nous aborderons les points suivants :

- La notion d'édification de la personnalité
 - L'arbre de vie
 - Le jeu de la plante
 - La parole - et eux
 - Le jeu des deux visages
 - Les socio-styles
-

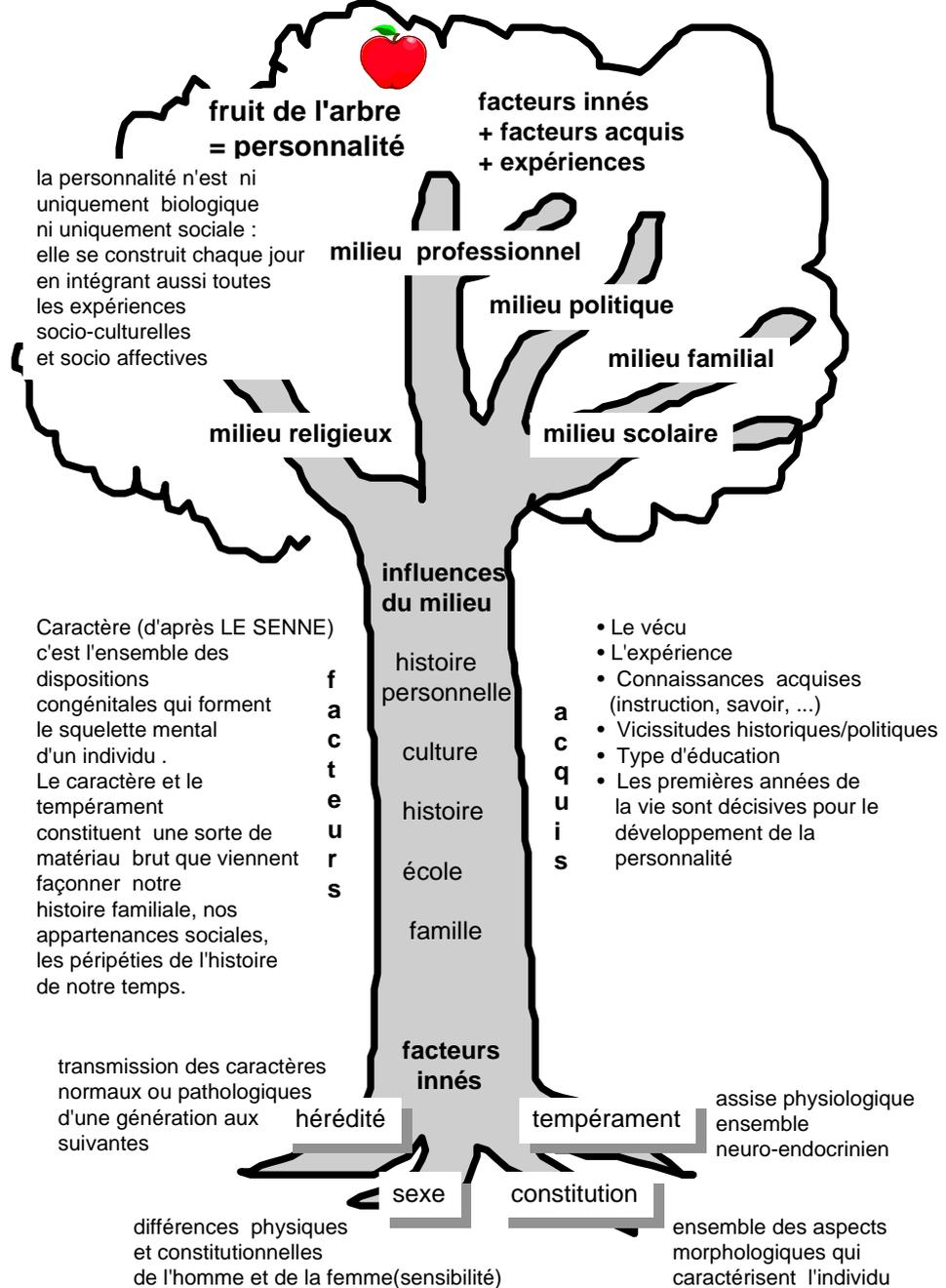
La notion d'édification de la personnalité

Définition	<p>L'édification de la personnalité est l'ensemble des éléments acquis qui constituent un individu. Ce sont donc des facteurs conscients ou inconscients qui structurent l'individu ou le groupe.</p> <hr/>
Sources	<p>La notion d'édification de la personnalité est commune à plusieurs écoles de psychologie :</p> <ul style="list-style-type: none">• Le psychologue Henri Gandr parle de l'arbre de vie• Berne, Grinder ou Bandler, lorsqu'ils évoquent les notions de scénario de vie, de carte mentale ou de modèle du monde, recourent la même notion d'édification de la personnalité• Dans un même ordre d'idées, l'école freudienne parle du moi, du sur-moi et du ça <hr/>
Personnalité et communication	<p>Les édifications différentes de personnalité font que chacun d'entre nous croit avoir raison. Prouver à un tel qu'il a tort est souvent impossible : l'autre est l'autre, et moi, je suis moi. Aussi, pour être capable de comprendre ou de persuader quelqu'un, il faut connaître les croyances, les motivations, les goûts, le passé, en somme l'édification de la personnalité de celui-ci.</p> <hr/>

L'arbre de vie

Schéma

Le schéma ci-dessous illustre l'arbre de vie :



Ce sujet continue page suivante

L'arbre de vie, Suite

Découverte du schéma

Vous prendrez connaissance du schéma de l'arbre de vie selon les étapes suivantes :

Étape	Action
1	Prendre le dessin - l'arbre de vie
2	Repérer les facteurs innés dans la partie inférieure du dessin
3	Repérer les facteurs acquis dans la partie supérieure du dessin

Ce sujet continue page suivante

L'arbre de vie, Suite

Facteurs innés

Les facteurs innés de l'arbre de vie, peuvent se nommer :

- hérédité
- sexe
- tempérament
- caractères physiques ou physiologiques

C'est ce que nos ancêtres, nos parents nous ont transmis, ce sont nos gènes, ou plus simplement notre hérédité.

Facteurs acquis

La deuxième phase d'édification de la personnalité correspond aux facteurs acquis, c'est à dire tout ce que le cerveau, tel un ordinateur, a appris à stocker sous l'influence des milieux suivants :

- familial
- scolaire
- religieux
- politique
- professionnel

Ce sont toutes les informations qui, depuis le jour de notre naissance jusqu'à aujourd'hui, se sont inscrites et imprimées dans notre cerveau.

Exemples :

Si je crois que Dieu existe, c'est parce qu'on m'a transmis cette croyance.
Si on me dit que manger avec ses doigts est mal, je vais le croire.

Ce sujet continue page suivante

L'arbre de vie, Suite

Facteurs acquis, suite

Remarque :

Tous ces savoirs et croyances font de nous ce que nous sommes et expliquent que chaque être humain soit différent.

Ces acquis sont stockés dans la partie du cerveau que l'on appelle le cerveau limbique.

La mémoire à long terme de l'individu stocke ces acquis conscients ou inconscients et ils deviennent réflexes.

Constat

Il n'y a pas un seul être humain qui ressemble à un autre.

Exemple :

Deux enfants jumeaux à priori se ressemblent et ont un inné relativement identique.

Or, si Pierre sort le premier de chez lui pour aller à l'école et voit un automobiliste écraser un chien, il aura vécu un incident traumatisant que Jacques ne vivra pas de la même manière.

L'édification de leur personnalité commence à être distincte.

Le jeu de la plante

Introduction L'homme, comme la plante, s'épanouit en tirant partie de son environnement et celui-ci influence nécessairement ses conceptions et son comportement.

Objectif Cet exercice va porter sur votre passé, pour vous faire prendre conscience de votre différence par rapport aux autres, puisque l'édification de votre personnalité est unique. Vous comprendrez alors dans quelle mesure la communication est difficile.

Exercice Le tableau ci-dessous décrit les étapes que vous devez suivre :

Etape	Description
1	Observer le schéma de la plante de la page suivante
2	Lire les arborescences : amis de la famille, proches, ... en partant de la base de la plante
3	Rechercher dans vos souvenirs l'image que vous suggère chaque mot
4	Comparer vos réponses avec celles d'autres personnes et raconter vos vécus

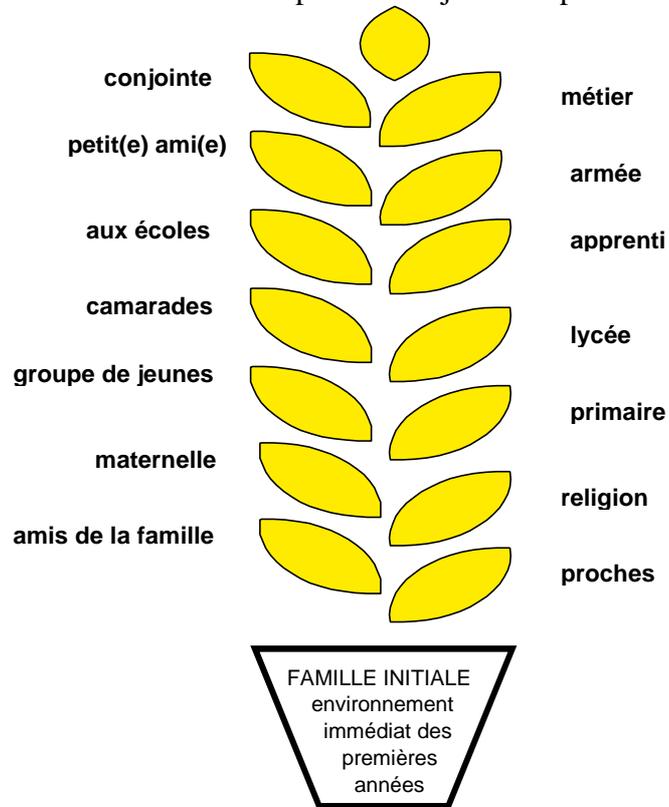
Durée de l'exercice La durée de l'exercice est de : 1/2 heure.

Ce sujet continue page suivante

Le jeu de la plante, Suite

Illustration

L'illustration ci-dessous représente le jeu de la plante :



*commencer ici
et ... remonter*

La parole - et eux

Objectif L'objectif de ce jeu est de vous faire découvrir par l'expérience les difficultés de communiquer à travers le langage, liées à l'édification de la personnalité . Pour chaque mot, chacun d'entre nous a en effet une représentation qui lui est propre.

Exercice Le tableau ci-dessous décrit les étapes que vous devez suivre :

Etape	Description
1	Compléter le schéma à la page suivante dans la bulle appropriée
2	Lire le schéma-réponse à la page qui suit, et comparer vos réponses avec celles qui sont rapportées

Durée La durée de l'exercice est de : 3 minutes

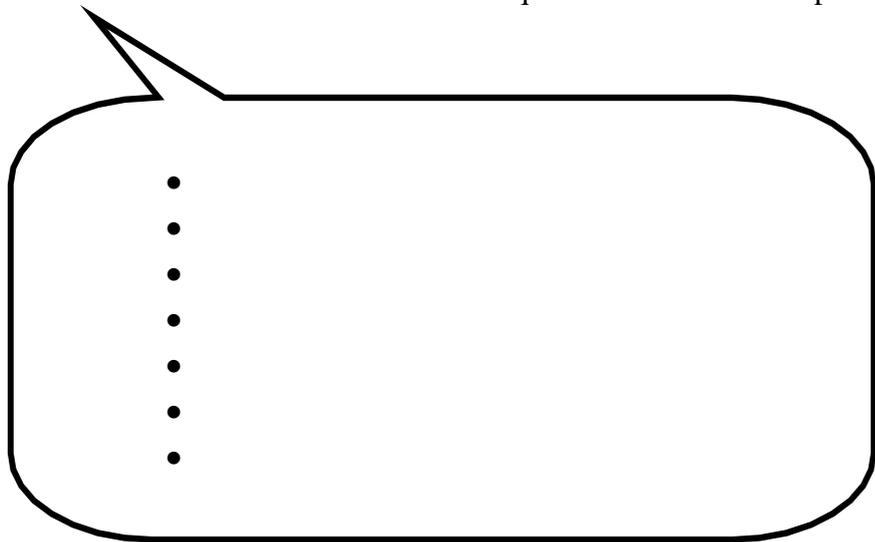
Ce sujet continue page suivante

La parole - et eux, Suite

Exercice

Si je vous dis "Château", à quoi pensez-vous ?

Noter dans la bulle ci-dessous tous les mots qui vous viennent à l'esprit :



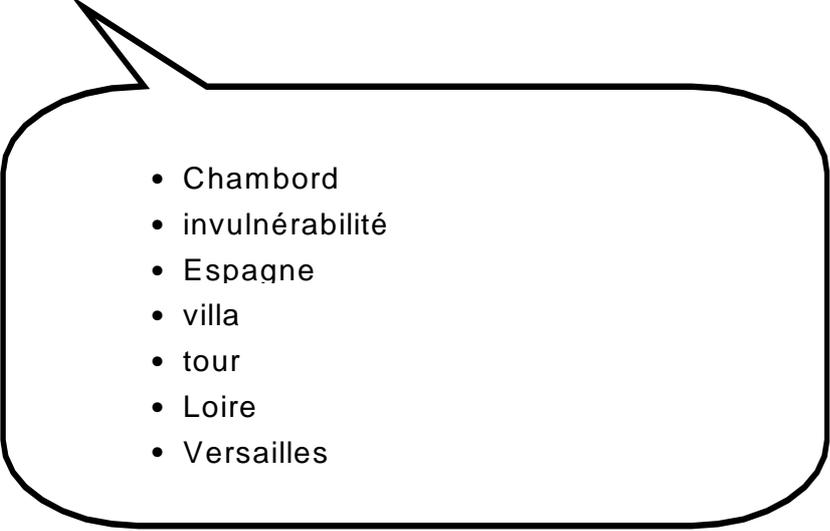
•
•
•
•
•
•
•

Ce sujet continue page suivante

La parole - et eux, Suite

Réponse

Si je dis "**Château**", ils peuvent penser respectivement :

- 
- Chambord
 - invulnérabilité
 - Espagne
 - villa
 - tour
 - Loire
 - Versailles
-

Le jeu des deux visages

Objectif Le jeu des deux visages révèle lui aussi les difficultés de communication dues à l'édification de la personnalité.

Exercice Le tableau ci-dessous décrit les étapes que vous devez suivre :

Etape	Description
1	Prendre le dessin page suivante
2	Indiquer ce que vous voyez
3	Décrire ce que vous voyez

Illustration Que voyez-vous sur cette image ?



Ce sujet continue page suivante

Le jeu des deux visages, Suite

Réponses

S'agissait-il d'une vieille femme ou d'une jeune femme ?

Dans les deux cas, vous avez raison car le dessin montre deux figurines :

- une jeune femme : on voit son menton, son oreille, ses sourcils, ses cheveux
 - une vieille femme: le menton de la jeune femme représente le nez de la vieille femme, le collier de la jeune femme représente la bouche de la vieille femme
-

Message à priori

Le message à priori est la première information qui me vient à l'esprit et qui s'impose à moi.

Ainsi, dans le dessin précédent, certaines personnes ne voient qu'une seule personne (la jeune dame ou la vieille femme) et sont incapables de voir l'autre.

Or, si je souhaite débattre de la beauté de la jeune femme avec quelqu'un qui ne voit que la vieille femme, j'aurai des difficultés à communiquer avec lui.

Remarque :

La communication est donc complexe, parce que l'émetteur est incapable de savoir comment le récepteur interprète l'information qui lui est envoyée.

Les socio-styles

Définition On appelle **socio-style** l'édification de personnalité d'un groupe.

Explication La psychologie des groupes existe : un groupe est composé d'individus qui ont des expériences en commun.
On peut dire ainsi que le groupe a une culture et un scénario communs, comme un individu à part entière.

Exemple Une entreprise a des habitudes et un passé communs, une manière de travailler spécifique.
Dans une même activité il n'y a pas deux entreprises, ni deux groupes qui se ressemblent.

Application En communication, ce concept de socio-style est indispensable, parce que des messages différents seront envoyés selon les groupes, même si l'objectif reste le même.

Exemple :

- en publicité, (Bernard Catella parle de socio-groupes)

