

La communication Interpersonnelle

____1/ Les principes de la communication interpersonnelle

- ❑ Avoir confiance en soi, en sa valeur personnelle, en ses capacités .
- ❑ Etre conscient de son propre cadre de référence et de celui de l'interlocuteur.
- ❑ Eviter de juger et d'évaluer (en bien ou en mal) avant de comprendre.
- ❑ Eviter de s'en tenir à la première impression, de classer les personnes et de faire des jugements catégoriques.
- ❑ Savoir écouter, c'est-à-dire centrer son attention sur celui qui parle.

Principes de la communication interpersonnelle(suite)

- ❑ Reformuler pour vérifier si l'on a bien compris ce que disait l'autre et si les deux personnes raisonnent bien sur les mêmes données.
- ❑ Toujours en revenir aux faits.
- ❑ Etre Clair et précis dans son expression.
- ❑ Savoir exprimer et contrôler sa colère.
- ❑ Accepter, reconnaître et assumer la responsabilité de ses émotions.
- ❑ Exprimer ses émotions et rechercher un accord entre ce que l'on dit et ce que l'on ressent.
- ❑ Etre capable de se révéler aux autres.

2/ LES FACTEURS D'ECHEC DE LA COMMUNICATION INTERPERSONNELLES

Si nous posons par principe qu'il y a un Emetteur, un Récepteur , un canal de communication et un message, il apparaît que ces 4 facteurs de la communication doivent être d'abord analysés séparément si l'on veut ultérieurement situer où et comment se produisent les échecs et distorsions.

2.1. VARIABLES EN RAPPORT AVEC L'ÉMETTEUR

2.1.1. Le cadre de référence de l'émetteur: est le système des opinions, des idées du savoir et aussi celui des normes et des valeurs, par rapport au quel s'organise et prend un sens ce qu'il a à dire. Ce cadre de référence est autre chose que la langue utilisée ; il est ce qui sert d'arrière-plan permanent à ce qui sera exprimé ; l'ensemble des significations auquel renverra son message. La plupart des termes utilisés s'inscrivent, certes, dans le contexte du message, mais se réfèrent au contexte plus large des connaissances et de l'expérience de l'émetteur, comme ensemble organisé et structuré.

2.1.1 Variable en rapport avec l'émetteur (suite)

- Ce cadre de référence «va de soi» pour l'émetteur; les idées actuelles et les mots y puisent leur sens – pour –lui (et pour ceux qui ont le même cadre) sans qu'il en ait conscience.
Le cadre de référence est implicite.
 - En étroits rapports avec le cadre de référence se trouve l'ensemble des **connotations** des termes employés par le sujet, ce qui accentue encore la différence qu'il convient de faire entre cadre de référence et langue .
 - On déduit facilement de ces considérations que le répertoire de l'émetteur n'est pas seulement l'ensemble des mots qu'il pourrait utiliser ou dont il dispose, mais aussi l'ensemble des significations qu'il donne à ces mots.
-

2.1.2 Les attitudes de l'émetteur envers le destinataire du message

a / Les attitudes envers Autrui en général, ou, si l'on veut, l'attitude sociale globale de l'émetteur, sa conception des humains et des rapports humains en général.

Ce groupe d'attitudes tient au caractère, à l'expérience de la vie, au degré de socialisation et de normalité de la personnalité, à l'humeur. Le style général de l'émetteur dans ses communications exprime ces attitudes.

Tel est avare de paroles ; sibyllin, prophétique et méprisant, tel autre est pointilleux, obsessionnel, soupçonneux, tel encore est prolix, chaleureux mais s'en tient à des idées vagues, etc.

2.1.2 Les attitudes de l'émetteur envers le destinataire du message

b/ les attitudes envers le destinataire comme individu
Ici ; entrent en jeu **les sentiments** (sympathie antipathie, par exemple) aussi bien déjà formés lorsqu'il s'agit d'un récepteur connu et familier ; ou immédiats et intuitifs lorsqu'il s'agit d'un destinataire nouveau.

L'idée que l'émetteur se fait de l'autre à d'autres sources que ces sentiments; les stéréotypes, les préjugés; la connaissance des opinions de l'autre. L'idée que l'émetteur se fait à l'opinion de l'autre à son égard et l'idée qu'il se fait à l'avance de ce que le récepteur fera de son message....
Façonnent les attitudes actuelles dans l'instance de communication.

Si vous prenez votre interlocuteur pour un adversaire dangereux et si vous croyez fermement qu'il vous tient pour un imbécile, vos dispositions au moment de la communication avec lui vont s'en trouver particulièrement marquées, quel que soit le but de votre message ultérieur.

2.1.3. Influence des règles sociales, des rôles et des rapports avec le récepteur

a / l'influence des règles qui régissent les communications dans le milieu social considéré, ce qui se fait ou ne se fait pas, ce qui se dit ou non, ce qui est convenable ou mal vu. " Le personnage social " influence ici la spontanéité ou l'emprisonne dans un corset d'obligations, déterminant largement la forme et le contenu du message.

b / L'influence du statut social de l'émetteur dans ses rapports avec le statut social du récepteur. La " distance sociale " telle qu'elle est précisée par les normes explicites ou implicites du groupe d'appartenance façonne les attitudes et la manière de tenir son rôle.

L'exemple des formules de communications verbales ou écrite dans les rapports hiérarchiques entre individus suffit à illustrer ce point.

2.1.3. Influence des règles sociales, des rôles et des rapports avec le récepteur (suite)

c/ La représentation du rôle d'autrui est autre chose que la connaissance de son statut (ex : rôle d'arbitre, rôle d'intermédiaire, etc...)

d/ La représentation de son propre rôle en tant qu'émetteur ou qu'initiateur de la communication. Rôle que l'ont veut jouer ... et qui ne sera peut-être pas celui que l'on jouera effectivement.

2.1.4. Influence de la situation globale actuelle dans laquelle s'inscrit la communication

En dehors du milieu social ou groupal qui, on l'a vu, apporte son lot de déterminants, il faut considérer le contexte historique éventuel. La présence d'un public, par exemple, ou de témoins, transforme le contenu de la communication et la façon de la présenter.

2.1.5. La représentation du but de la communication

En relation étroite d'une part avec le rôle que l'on veut jouer et l'autre part avec les motivations plus ou moins conscientes et rationalisées mais toujours déterminantes, la représentation du but à une influence qui peut devenir prépondérante. Ainsi la manière de communiquer et le contenu seront différents s'il s'agit d'une intention manipulatrice ou si l'émetteur cherche un soulagement personnel dans une confidence. En fonction de l'effet à produire ou du résultat attendu de la communication, l'émetteur détermine le langage ou le code à utiliser, choisi le canal (ou le moyen de communication), le moyen ou le lieu favorables.

2.2 VARIABLES EN RAPPORT AVEC LE RECEPTEUR:

Comme l'émetteur, le récepteur à lui aussi un cadre à priori de référence et de valeurs, un système de connotations, un répertoire, avec lesquels et par rapport auxquels il va "entendre "(ou ne pas entendre) ce qui lui est transmis, et en fonction desquels s'opèreront les distorsions de son niveau.

Il en est de même des attitudes et de la dynamique des rôles, de l'influence de la situation et de la représentation du but de la communication reçue.

2.2.1. L'état de préparation du récepteur :

- a / Influence des informations préalables, des consignes reçues, de l'expérience acquise dans ce genre de communication ou des idées que le récepteur s'en fait à l'avance.
- b / Influence de la personnalité de l'émetteur, des opinions que l'on sait être les siennes, au crédit que l'on peut accorder à ce qu'il va dire (crédibilité).

C'est ainsi, par exemple que la perspective de communiquer avec une personne d'opinion contraire produit automatiquement une attention plus vigilante, une fragmentation plus rigoureuse des éléments du message reçu, une tendance marquée, chez le récepteur, à sélectionner ce qui correspond à ses propres opinions et ce qui est contraire, en "laissant tomber" l'entre-deux.

- c / Influence de ce que le récepteur compte faire de l'information reçue : les expériences prouvent, par exemple, que la communication est d'autant plus efficace qu'il y a des plus de concordance d'une part entre les répertoires ou les cadres de référence, et d'autre part entre le but visé par l'émetteur et l'état de préparation du récepteur.
-

2.2.2. Le décodage du message

C'est-à-dire la compréhension du contenu du message grâce à la "grille de déchiffrement" à la connaissance du code, mais aussi à l'effort d'intellection ou d'intelligence, dans lequel interviennent d'ailleurs, les qualités intrinsèques de ce qui est transmis.

.

2.2.3. La réaction à l'émetteur et à l'émission :

Dans la face à face, pour que l'émetteur soit vigilant et intelligent, les réactions observables du récepteur permettent l'ajustement de la communication.

2.3 /Variable en rapport avec le message_

- Les qualités (et défauts) intrinsèques du message interviennent, de toute évidence, dans " le passage " ou le "blocage " de la communication.

2.3.1. Le code :

Un même individu peut disposer de codes multiples (langage technique, langue commune, code chiffré ,etc...). Le message dans un texte objectif peut dans certains cas, comporter plusieurs sens superposés, chacun déchiffrable par un décodage spécifique. Il n'est pas étonnant de découvrir, par exemple, dans une œuvre littéraire, trois sens simultanés, utilisant trois clés indépendantes qui produisent, par leur application, des messages à contenus très différents, on retrouve ici les sens multiples et les doubles-sens .

2.3/Variable en rapport avec le message

2.3.2. La forme :

De point de vue proprement formel, grammatical ou syntaxique, on constate qu'il y a des énoncés plus difficiles à comprendre que d'autres. En effet le même contenu sémantique est plus difficile à décoder lorsqu'il est présenté dans un énoncé négatif au lieu de positif (ou encore dans un passif négatif au lieu d'un actif – positif).

Ex : " je ne vous dit pas que le prisonnier ne doit pas être relâché." : Difficile à décoder

2.3/Variable en rapport avec le message

La conclusion pratique serait que la mémorisation du message, la transmission et la compréhension, sont très supérieures lorsque l'émetteur s'en tient à une "phrase- noyau" de forme active positive.

Au-delà de ces considérations sur la forme dans ses rapports avec l'intelligibilité (ou facilité du décodage), il faut dire que la forme c'est aussi le style de l'émetteur exprimant d'une certaine manière sa personnalité et ses objectifs plus ou moins secrets. Le lecteur attentif a bien senti que dans le passage du double- négatif- passif de la phrase ci- dessus sur le prisonnier ...au double positif- actif qui peut en clarifier le sens, grâce à quoi il aurait toujours pu dire par la suite aux gardiens ; " Je ne vous ai jamais donné l'ordre de relâcher ce prisonnier".

2.4. VARIABLES EN RAPPORT AVEC LE CANAL DE TRANSMISSION

Prenons ici canal au sens strict, comme le moyen de transmission utilisé ,en effet, le langage serait aussi canal ... , de même le code.

La voix et l'air dans le dialogue parlé, l'écriture et le matériau sur lequel le texte est écrit ; la voix et le téléphone, la vue et la visibilité dans le cas des signaux optiques ; etc...sont autant de canaux, mais aussi les signes de ponctuation y compris les soulignés, les guillemets et les parenthèses dans un texte écrit ..., les couleurs et la vision des couleurs dans les signaux optiques...

2.4. VARIABLES EN RAPPORT AVEC LE CANAL DE TRANSMISSION

...

- 2.4.1 Les effets propres du canal utilisé : le "style télégraphique" par exemple, représente un ensemble de contraintes qui vont peser sur le codage et le décodage du message, donner des ordres à la voix et à la distance fait courir au contenu des risques spécifiques.
 - La lettre écrite sur un mauvais papier buvard et d'une écriture illisible a peu de chances de porter un sens pour le destinataire.
 - Le style parlé n'est pas le style écrit, de même que l'affiche ou le tract ont leurs lois spécifiques ; etc...
-

2.4. VARIABLES EN RAPPORT AVEC LE CANAL DE TRANSMISSION

2.4.2. Les pertes d'éléments signifiants : la fidélité du canal n'est pas garantie. L'exemple le plus typique est l'existence d'une science spéciale (branche de l'archéologie) pour la reconstitution et la compréhension des inscriptions lacunaires et effacées provenant des civilisations disparues. Le brouillage, les interférences, les " blanc", les signes indéchiffrables (inaudibles, invisibles, indiscernables...) les détails et retards... sont autant d'autres exemples de difficultés propres du canal utilisé.

2.5.Conclusion

Il suffit d'avoir énuméré ces principales variables humaines ou matérielles de la communication interpersonnelle pour situer avec plus de rigueur les lieux et les moments des distorsions et échecs.

Feed-back (Rétro-action)

____1 Introduction

Le mot "feed-back", est un vocable anglo-américain signifiant "information en retour", "alimentation en retour", "alimentation récurrente", "contrôle récurrent" ou "rétro-action".

a / En cybernétique, le feed-back est une information automatique en retour, ou un signal permettant le contrôle et la régulation automatique d'une opération en cours, étant donné les buts et les normes de cette opération, et s'effectuant à partir de l'évaluation automatique des résultats atteints à chaque instant.

Feed-back (Rétro-action)

b / En psychologie sociale, le feed-back est l'ensemble des signes directement ou indirectement perceptibles permettant à une personne de savoir l'effet ou le résultat de son comportement ou de sa communication. Le feed-back est une information en retour, verbale ou non verbale, permettant à l'émetteur ou initiateur, de savoir si son message a été reçu et comment il été reçu ou compris .

Feed-back(Rétro-action)

c / Dans le domaine de la communication ; le feed-back désigne l'ensemble des signes verbaux, directement ou indirectement perceptibles, permettant de contrôler l'évolution du message en cours d'émission ou / et de connaître le résultat de l'émission (reçu ou non, compris ou non), afin d'en assurer la régulation (ex : Ajustement de la forme et le contenu du message). Le feed-back peut être donc :

- Une réponse verbale explicite (information, renseignement, etc...)

- Une réponse verbale implicite (questionnement, reformulation...)

- Une réponse non verbale (gestes, signes de tête ...)

Feed-back (Rétro-action)

2 - LES FORMES DU FEED -BACK

Elles sont multiples, nous allons en examiner quelques-unes en allant des plus massives aux plus fines :

2.1/ L'information récurrente systématique

C'est le cas où le récepteur répète complètement et systématiquement les informations reçues.

Exemple :

- répétition intégrale d'un message transmis par Téléphone.
 - Lecture d'un texte dicté.
 - Renseignement sur les ordres reçus celui qui les a donnés (le feed-back, en communications militaires est réglementaire et obligatoire).
-

Feed-back (Rétro-action)

2.2/ L'interrogation finale de la part de l'émetteur et la réponse du récepteur :

C'est la vérification finale par une (des) question (s) de l'émetteur (ex : question du type " tout le monde a-t-il compris ?" interrogation écrite ou orale, etc...).

23/ Interrogation de l'émetteur par les auditeurs

C'est la vérification par des questions du (des) récepteurs(s). Habitude bien connue des conférenciers, la sollicitation de questions de la part des auditeurs permet à l'orateur de clarifier les points obscurs, de rectifier des malentendus et de développer une pensée trop concise, ce qui représente des objectifs du feed-back authentique.

Feed-back (Rétro-action)

▪

S'il n'est pas trop fasciné par son texte écrit ni trop inhibé par la peur du groupe, tout initiateur d'une communication peut recueillir par les signes non verbaux la méta communication dont il a besoin pour ajuster son émission dans sa forme, son contenu, et sa transmission.

Feed-back (Rétro-action)

- ❑ A/ Action automatique du feed-back non-verbal sur l'émetteur : ce phénomène a été vérifié aussi bien dans le face à face, que dans les interactions entre conférencier et auditoire.
 - ❑ Des recherches nombreuses ont montré que les mouvements et les mimiques des auditeurs influencent l'émetteur.
 - ❑ Les mouvements des mains, de la tête, des yeux, des paupières) sont d'autant plus synchrones avec le rythme du discours écouté que les auditeurs sont plus capables de prévoir ce que l'orateur va dire (anticipation qui est indice d'intellection du message).
-

Feed-back (Rétro-action)

Ces signes et ses mouvements sont nettement différents lorsque l'auditoire ne "suit" pas. Selon KENDEN, les signaux non verbaux ont une influence immédiate sur l'orateur, ils constituent pour lui une source importante de feed-back.

B/ Recherches intentionnelle des signes non-verbaux au feed-back par l'émetteur :

Chacun de vous a constaté que, en recherchant la communication et l'intellection de votre message, vous cherchiez dans les gestes, postures, mouvements, mimiques et regard de votre interlocuteur, des signes de sa compréhension.

Feed-back (Rétro-action)

5. **CONCLUSION** :

La communication est donc un échange de significations qui ne se réduit pas à l'information, ni au schéma Emission-Réception ; Elle implique une intersubjectivité fondamentale, relation vivante et vécue entre des personnes, et une réciprocité. Dans la mesure où l'organisation matérielle d'un réseau de communications empêchera ou restreindra la participation des personnes aux objectifs et la réciprocité des échanges on peut prévoir que les conséquences inévitables se produiront, non seulement sur l'efficacité des communications ; mais aussi sur le moral des participants,

Feed-back (Rétro-action)

LE " FEED – BACK " FAVORISE LA
COMMUNICATION. IL
DISSIPE LES INQUIETUDES, LES
APPREHENSIONS ET LES
TENSIONS DANS LES RAPPORTS
EMETTEUR – RECEPTEUR
