

EXPOSE :

★ La Communication Interpersonnelle ★

Introduction :

Tout activité humaine est communication, elle est partout, elle est inévitable. Elle a lieu avec des individus, des groupes, des objets ; à l'occasion de transactions interpersonnelles ou professionnelles. Nous vivons dans un monde de communication.

- Nous causons avec nos amis, famille;
- Nous téléphonons à nos parents ou à nos amis;
- Nous regardons une émission de variétés ou un bulletin d'information à la télévision;
- Nous discutons avec un ami d'un film que nous avons vu ensemble;
- Nous écoutons à la radio notre station préférée.

Chacune de ces activités implique une communication, et pour chacune nous effectuons des choix sur la manière de nous comporter. Ces choix ne se font pas au hasard, même si nous ne sommes pas conscient des raisons qui nous font agir de telle ou telle manière et notre communication a toujours une intention, elle est toujours dirigée vers un but.

1. Définition :

On définit la communication interpersonnelle en tant que transaction entre les gens et leur environnement, celle-ci inclue bien sûr les autres personnes telles que les amis, la famille, les enfants, les collègues de travail et même les étrangers.

La communication interpersonnelle est un passage continu et dynamique de significations toujours présente, qui se fait avec prévisibilité et à plusieurs niveaux de significations, avec le but de gérer nos vies plus efficacement.

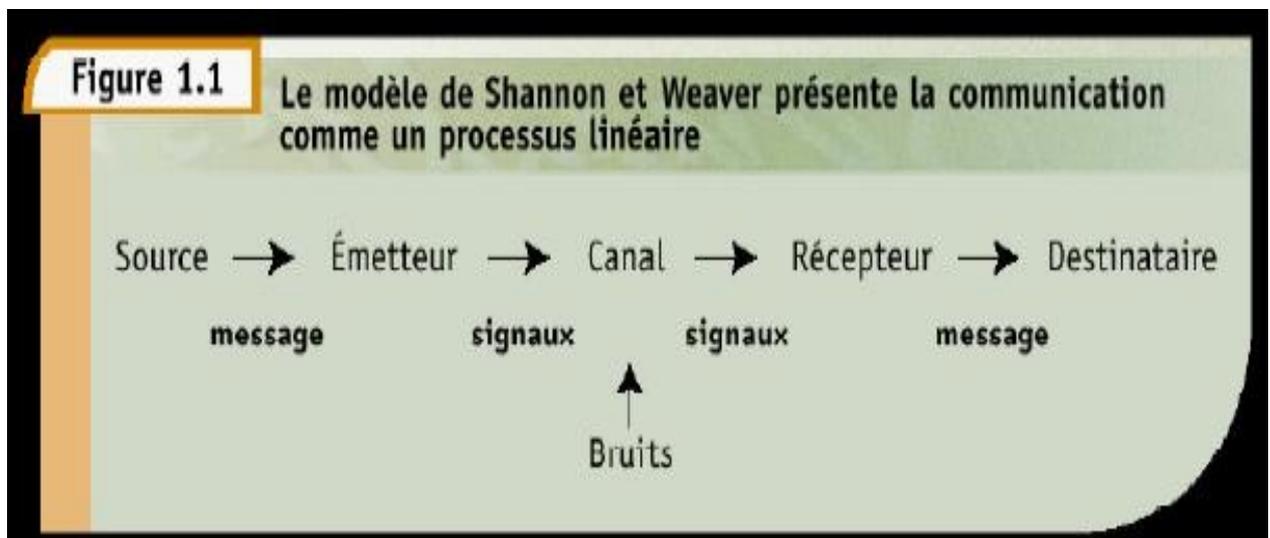
2. POURQUOI COMMUNIQUER ?

- ❖ Nous communiquons pour découvrir qui nous sommes et apprendre à nous connaître davantage.
 - pour essayer de savoir comment nous devrions être en relation avec les autres.
 - Le premier message que nous devrions apprendre est que « nous sommes la première personne sur qui concentrer notre communication ».
- ❖ Nous communiquons pour connaître le monde qui nous entoure.
 - Si nous pouvons découvrir le monde tel qu'il est maintenant, tel qu'il a été et tel qu'il peut devenir, c'est parce que, comme humain, nous possédons l'habilité d'utiliser des symboles, principalement le langage, pour communiquer.

- ❖ Nous communiquons pour partager ce monde avec celui des autres.
 - Cela impliquait que nous recevons de l'information sur nous de la part des autres, nous désirons être reconnu, aimer et être aimé.
 - Ces relations humaines deviennent très importantes lorsque nous montrons aux autres de l'intérêt, de l'affection, et que nous leur permettons de nous parler d'eux-mêmes.
- ❖ Nous communiquons pour persuader ou influencer les autres.
 - Professeurs, administrateurs, parents, politiciens, vendeurs et hommes de religion sont ceux et celles dont, régulièrement, la communication a pour but d'influencer et de changer nos comportements et nos croyances.
- ❖ Nous communiquons pour nous détendre et pour nous distraire des autres formes de communication.
 - Les concerts, spectacles et films sont là pour nous éloigner de nos préoccupations quotidiennes, ces activités sont basées sur une certaine forme d'interaction et de communication.

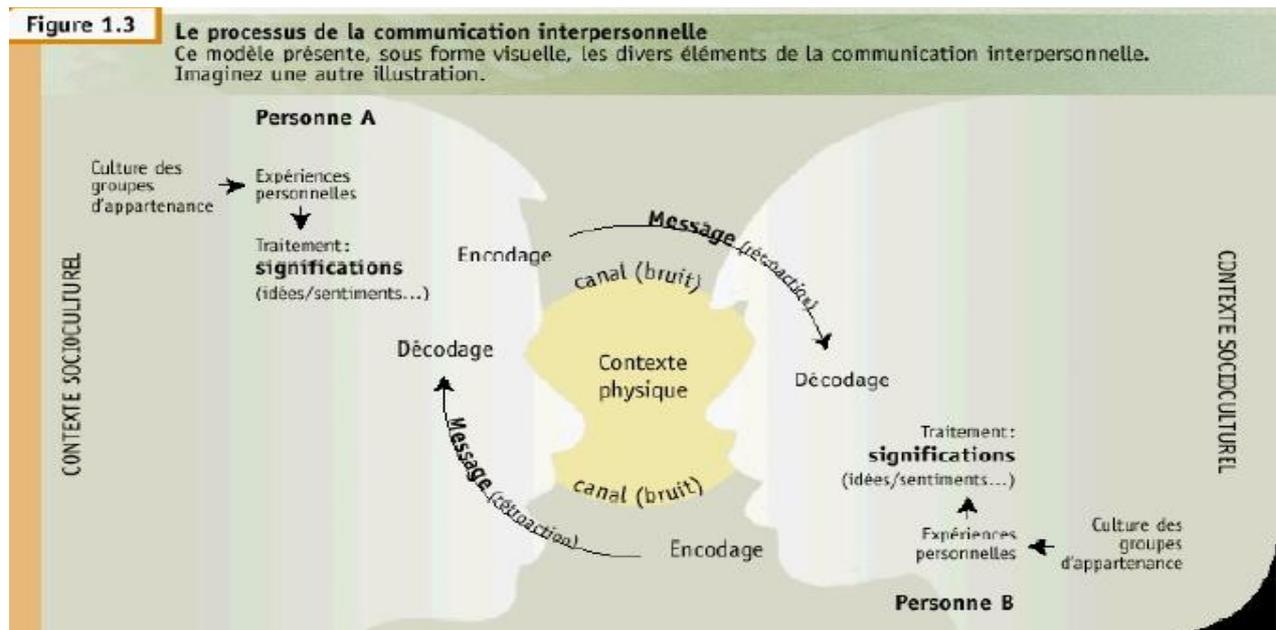
3. Les modèles de la communication interpersonnelle :

3.1. le modèle linéaire :



Le modèle linéaire est un simple modèle de communication entre un émetteur et un récepteur ou l'information est véhiculée dans un seul sens (émetteur → récepteur) à travers un canal de transmission (émetteur → canal → récepteur).

3.2. le modèle transactionnel :



La communication dans ce modèle n'est ni une réaction, ni une interaction avec quelque chose, mais elle est une transaction où les personnes inventent et attribuent des significations dans le but de réaliser certaines de leurs intentions.

- Une transaction implique une relation intentionnelle beaucoup plus complexe
- Au fur et à mesure que nous apprenons à découvrir ce qu'est un dialogue verbal, un système non verbal, un système culturel, ou comment fonctionne la persuasion, comment agissent les effets individuels et les effets de masse sur le processus de la communication entre deux ou plusieurs personnes.

La vision transactionnelle:

- La communication peut être considérée comme une transaction dans laquelle les deux parties sont actives.
- Le transactionnel est fonctionnel pour les deux parties.
- Elle répond à un besoin ou amène une gratification.
- L'information circule dans les deux sens.

4. Les composantes de la communication

4.1 Les significations

Deux mécanismes qui permettent l'interprétation du message.

- **Encodage** : transposer une signification sous forme de signes.
- **Décodage** : dégager une signification des signes du message.

4.2 Canal

Voies par lesquelles passent les Signes du message

- Peut impliquer chacun des 5 sens
- Permet une communication:
 1. **Directe**: la transmission du Message est immédiate
 2. **Différée**: la transmission du message implique un certain délai

4.3 Le bruit

Tout ce qui entrave la bonne émission ou la bonne réception du message selon le canal choisi.

- Les bruits physiques/externes (ex: musique)
- Les bruits physiologiques (ex: surdité partielle)
- Les bruits psychologiques (ex: les idées préconçues)
- Les bruits sémantiques (ex: mauvaise interprétation des mots)

4.4 Le contexte ou l'environnement

Situation dans laquelle se retrouvent les personnes qui communiquent.

- Le contexte physique (l'environnement tangible)
- Le contexte socioculturel: les idées que les personnes en relation se font les unes par rapport aux autres. Il définit le statut et le rôle d'une personne

5. Les Facteurs qui influencent la Communication interpersonnelle

5.1 L'identité des acteurs, facteur d'influence de la communication interpersonnelle

Chaque acteur communique avec son identité. Celle-ci se forge à partir de plusieurs facteurs qui influencent la compréhension, l'interprétation des signes verbaux et non verbaux ainsi que les réactions face à ces messages.

5.1.1 Les composantes de l'identité

Entre autres composantes de son identité, la personnalité de l'individu, sa culture (les usages, les savoirs, les expériences qui lui sont propres) ont une influence directe sur son mode de communication.

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. Il s'agit dès lors d'une interprétation subjective et sélective de la réalité.

La perception interpersonnelle induit des biais importants :

- **Les stéréotypes** (ex. : *Les blondes sont stupides*) ;
- « **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 (d'où l'importance essentielle du premier contact dans la communication interpersonnelle).

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 regroupe en système. Elles contribuent à fonder les jugements et à diriger les conduites

C. Les attitudes

Ce sont des prédispositions permanentes à percevoir une situation, une personne, un événement et à réagir dans un sens déterminé. Les attitudes sont souvent inconscientes et conditionnent les réactions des individus lorsqu'ils communiquent.

Ex. : *l'attitude d'un salarié qui filtre l'information pour transmettre uniquement ce qu'il pense que son manager a envie d'entendre.*

Constituées par l'expérience et les informations acquises, les attitudes regroupent un ensemble plus ou moins cohérent et unifié :

- **De croyances** (ce que l'on sait ou croit savoir sur soi, les autres, le monde), elles-mêmes génératrices de préjugés ;
- **De sentiments** ;
- **De prédispositions** (propensions à l'action ou à l'inaction).

On distingue deux grandes catégories d'attitudes dans une situation de communication :

- **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.

D. L'image et l'estime de soi

L'image de soi se constitue à partir des informations issues de nos expériences, des jugements d'autrui et des comportements des autres à notre égard. Sur la base d'un système de valeurs, l'ensemble de ces informations se structure et donne lieu à un jugement global sur soi que l'on appelle l'estime de soi. L'estime de soi est corrélée positivement à l'image de soi.

L'image de soi évolue en permanence en fonction des informations que nous recevons sur nous-mêmes. Toutefois, nous avons tendance à sélectionner et à retenir (souvent inconsciemment) celles qui sont en concordance avec l'image que nous avons élaborée de nous-mêmes.

5.2 Obstacles à la communication interpersonnelle

Associés à l'émetteur :

- o Mauvaise formulation du message
- o Utilisation d'un moyen inadéquat
- o Intégrité douteuse de l'émetteur
- o Crainte

Associés au destinataire :

- o Inattention
- o Évaluation prématurée
- o Vagabondage de l'esprit

Associés aux deux :

- o Difficultés terminologiques
- o Différences de perception
- o Différences de statut
- o Divergence des intérêts

6. Les caractéristiques de la communication interpersonnelle

6.1 Degré d'intimité de la relation

La relation impersonnelle se distingue de la relation interpersonnelle. La communication peut prendre la forme d'une transaction routinière entre un vendeur et un client par exemple.

6.2 Contenu et composante relationnelle

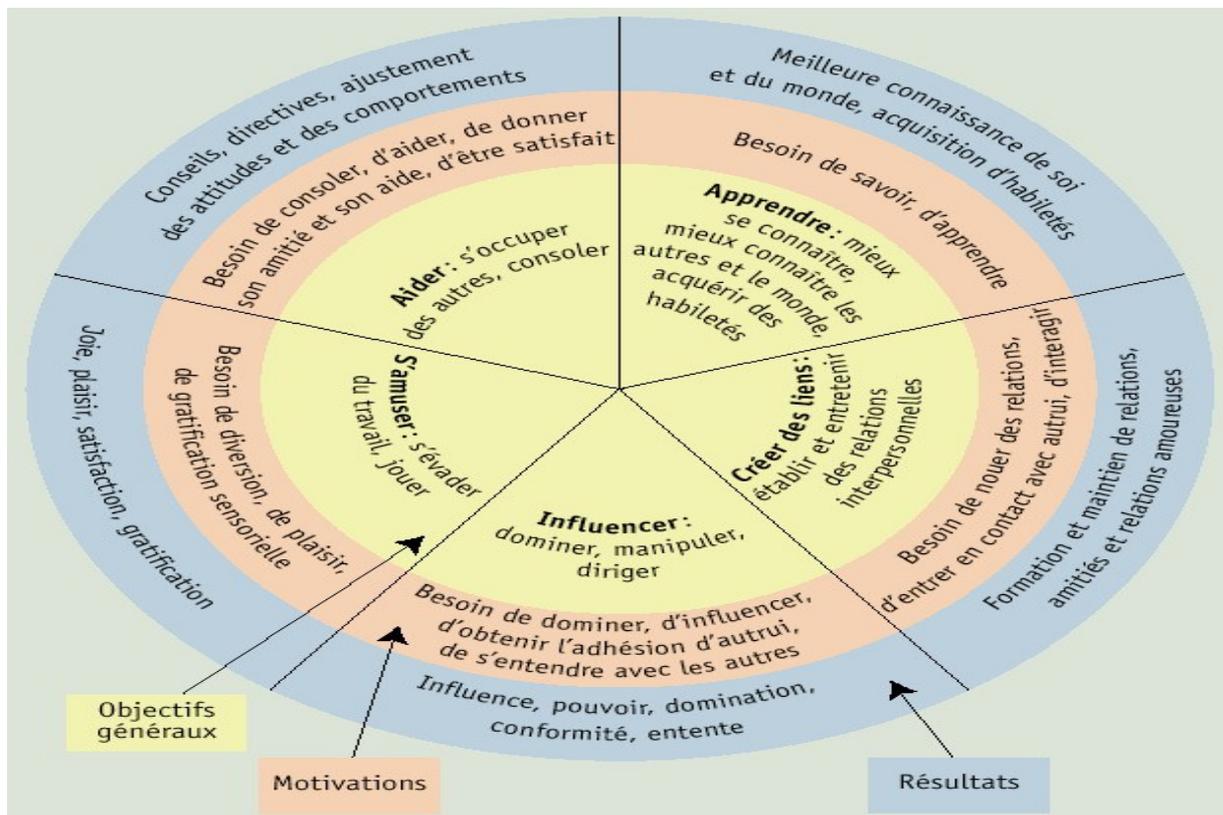
Les messages interpersonnels véhiculent deux sortes d'éléments d'information sur :

1. Le contenu du message
2. La nature de la relation entre les Interlocuteurs

6.3 D'autres caractéristiques...

- **Inévitable** : On ne peut pas ne pas communiquer...
- **Irréversible** : On ne peut pas effacer le message...
- **Unique** : On ne peut pas revivre deux fois la même situation...
- **Ephémère** : Ne laisse de traces que dans les souvenirs...

7. Objectifs généraux de la communication interpersonnelle



Conclusion

Pour Muchielli, « on ne peut pas ne pas communiquer ». Que l'on se taise ou que l'on parle, tout est communication. Nos gestes, notre posture, nos mimiques, notre façon d'être, notre façon de dire, notre façon de ne pas dire, toutes ces choses « parlent » à notre récepteur.

Pour nous « si un bébé a besoin du lait, il a aussi besoin de la communication pour survivre ».