



Communication



Auteur : C. Terrier ; <mailto:webmaster@cterrier.com> ; <http://www.cterrier.com>

Utilisation : Reproduction interdite sans autorisation de l'auteur

3 - CONCEPT DE SOI (Qui je suis)

31 – APPROCHE CLASSIQUE

Nous sommes l'acteur principal de notre communication, pour cette raison, la maîtrise de notre communication passe par une bonne connaissance de ce que nous sommes.

311 - Apparition du concept de soi

- Il s'acquiert par la communication interpersonnelle

« *L'image de soi est le produit de la façon dont nous croyons que les autres nous voient* ». Ce postulat est admis par la plupart des sociologues, psychiatres et psychologues.

À la naissance, nous n'avons aucun sens de nous-mêmes, de notre soi. En grandissant, nous essayons d'"être", les gens qui nous entourent, nous plaisent ou nous fascinent. **Nous les imitons et nous identifions à eux** (l'enfant joue au papa, à la maman, au soldat, l'adolescent s'identifier à un sportif, à un rapeur... lesquels peuvent devenir des modèles comportementaux ou de vie). L'enfant peut ainsi tester les comportements et prévoir des réponses. Ces interactions le conduisent à avoir conscience du "Je". En retour, il apprend ce qui est bien ou mal, ce qu'il peut faire ou ne doit pas faire. Avec l'âge, l'enfant n'a plus à jouer ces rôles extérieurement, il peut les imaginer. **Berlo** dit qu'il y a « *prise de rôle symbolique* ».

La façon dont les gens parlent de nous, durant ces périodes, façonne notre perception de nous-mêmes. Une vision positive rend l'enfant positif et optimiste, une vision négative rend l'enfant négatif et pessimiste.

Cela nous conduit fréquemment à **agir en fonction de ce que nous pensons que les gens attendent de nous et pas en fonction de ce qu'ils attendent réellement de nous**.

On entre alors dans un processus infernal où la mauvaise perception de soi, conduit à des comportements inadaptés qui renforcent la mauvaise image de soi. (Les réactions confirment ce que nous pensions initialement). Inversement une bonne perception de soi entraîne un processus positif de valorisation personnelle.

Processus négatif

Exemples : **Processus négatif**

- ⇒ Une personne qui se pense inintéressante a tendance à se refermer sur elle-même,
- ⇒ Etant refermée, les gens pensent qu'elle souhaite ou préfère la solitude, voir qu'elle trouve les autres ennuyeux,
- ⇒ De ce fait, ils ne vont pas vers elle,
- ⇒ Le fait que les gens ne viennent pas à elle la confirme dans le fait qu'elle est inintéressante. Cette confirmation amplifiera son désir d'être isolé.

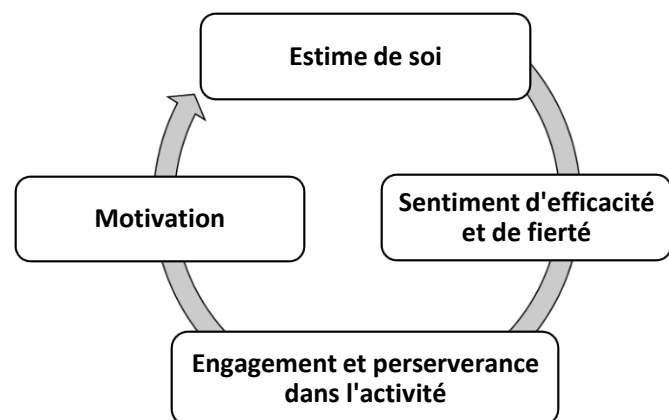


Image de soi = La façon dont nous croyons que les autres nous voient.

⇒ nous agissons fréquemment en fonction de ce que nous pensons que les gens attendent de nous et pas en fonction de ce qu'ils attendent réellement de nous.

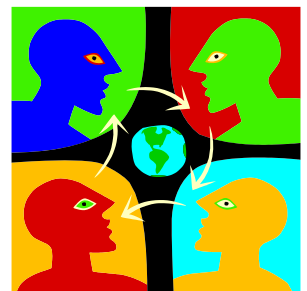
Source Image: <http://www.ecoleactive.ch/Actualite/journalMR/default.html>



- L'estime de soi change par la communication interpersonnelle

La perception de soi n'est pas fixée une fois pour toutes. Elle évolue par nos rencontres et nos expériences.

Le sentiment de notre valeur provient de l'accomplissement de rôles sociaux.



312 - Acceptation de soi et estime de soi

L'Estime de soi résulte du regard que l'on porte sur soi.

Parfois nos actes ou nos propos ne correspondent pas à cette vision idéalisée, dans ce cas, nous sommes déçus. Parfois nous cachons certains aspects de nous, de peur d'être rejeté ou, nous nous créons un personnage plus conforme à notre être idéalisé.

Ces pratiques sont difficiles à assumer à long terme, il n'est pas possible de se tricher éternellement.

Tout processus de communication, où l'être s'engage personnellement, se déroule en deux temps

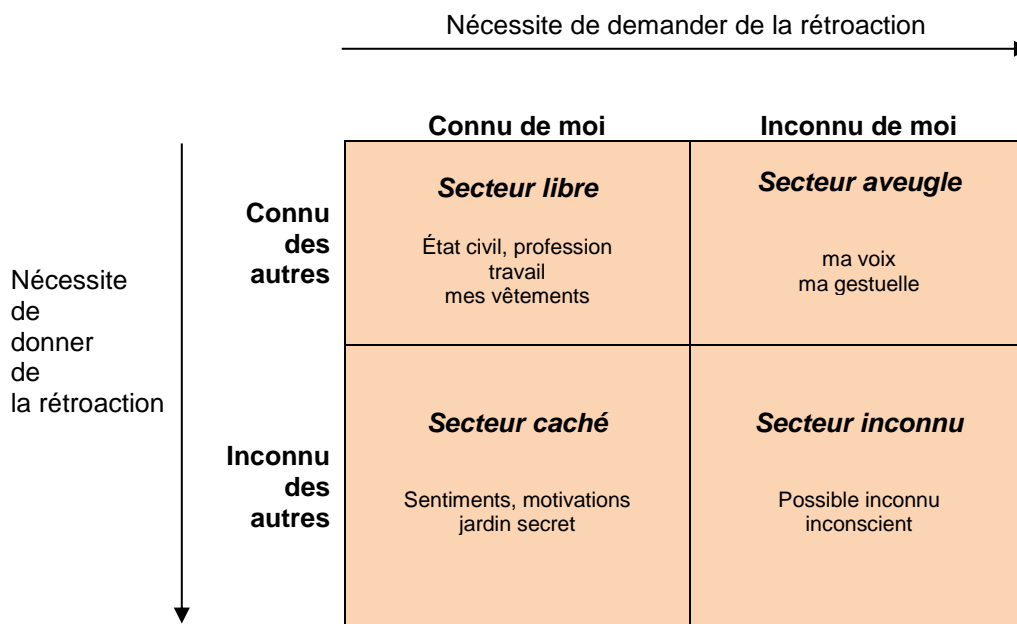
- une étape où l'on s'expose personnellement,
- une étape de rétroaction.

Il faut l'accepter pour communiquer.

ESTIME DE SOI = ce que nous ressentons lorsque ce que l'on fait correspond ou se rapproche de l'image que nous avons de nous-mêmes.

La fenêtre de Johari

Elle met en évidence les différentes dimensions du soi. (Les parties connues de soi et non connues de soi)
(Les parties connues des autres et inconnues des autres)



- **Le secteur libre** : Connu de soi et des autres, il représente le soi public (Etat civil, profession..). Nous ne ressentons pas d'anxiété lors de sa divulgation.
- **Le secteur aveugle** : Connu des autres et non de soi (Timbre de voix, gestuelle, haleine, tics, etc). Cette partie nous est souvent révélée par les photos, vidéos ou enregistrements au magnétophone...). Il est souvent destabilisant et en générale nous n'aimons pas le découvrir.
- **Le secteur caché** : Connu de soi et inconnu des autres, nous ne voulons pas le partager, c'est notre intimité (sentiments, motivations...).
- **Secteur inconnu** : Inconnu de soi et des autres. Ce secteur n'a pas encore atteint notre conscience.

Toute communication débute par une exposition du secteur libre, nous protégeons notre moi réel en exposant des masques. (On discute du temps, de la voiture). Une grande partie de l'énergie est dépensée à se protéger.

Il faut savoir que tous les gens préfèrent un contact significatif à un contact superficiel.

La communication est indispensable à l'équilibre, à la connaissance de soi, elle doit être constructive et positive pour être pleinement satisfaisante.

313 - L'Ouverture de soi

Sans ouverture de soi, il n'est pas possible de développer une relation personnelle avec quelqu'un. Garder le silence sur soi, c'est demeurer un étranger pour les autres.

La communication étant un processus interactif, le degré d'ouverture de soi détermine celle de l'autre personne.

Mais **l'ouverture de soi doit être appropriée aux personnes et aux situations.**

- *Il est parfois bon de savoir se taire, de ne pas dévoiler ses intentions, ses désirs,*
- *Certaines personnes peuvent se sentir contraintes par trop d'ouverture.*

314 - Habitudes verbales

L'étude des comportements verbaux révèle souvent le niveau du concept de soi.

L'analyse qui va suivre ne vise pas à décrire des stéréotypes, mais des tendances.

- **Concept de soi peu élevé**

Dans cette catégorie on rencontre deux types de personnalité :

- Il y a des personnes qui utilisent souvent des clichés ou des expressions neutres. Elles ont peu d'originalité dans leurs propos et peu de confiance dans leur pensée. Elles sont souvent critiques et cyniques vis-à-vis d'elles-mêmes, refusent les éloges, méprisent le succès. Elles peuvent être plaintives et pessimistes.
- À l'inverse, ces personnes peuvent être très volubiles, et parler beaucoup d'elles-mêmes afin d'occuper le terrain et de masquer leurs doutes ou craintes.

- **Concept de soi élevé :**

Ces personnes utilisent des expressions originales, font part de leurs idées, ne parlent pas d'elles en termes prétentieux, acceptent les louanges ou les blâmes, acceptent leurs erreurs, sont optimistes et non dogmatiques.

315 - Ce qui nous motive

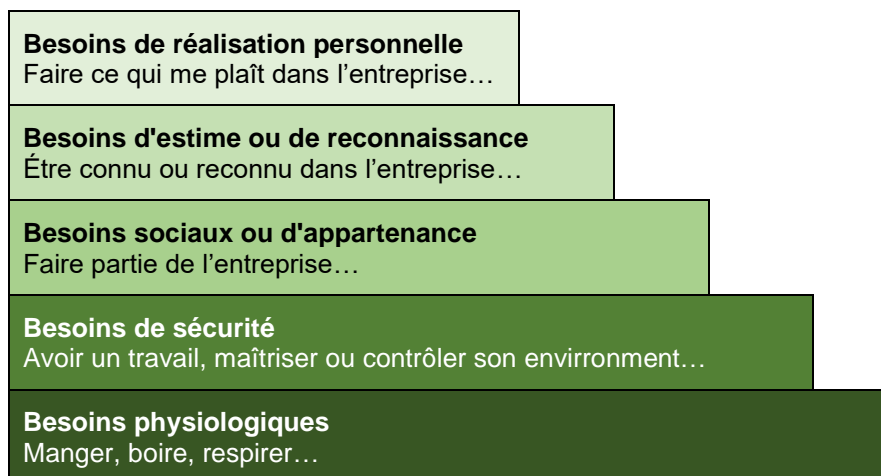
Nos comportements dépendent grandement de nos besoins, de nos motivations et de notre caractère.

- La hiérarchie des besoins de Maslow

Abraham MASLOW a mis en évidence cinq niveaux de besoins : physiologiques - de sécurité - sociaux ou d'appartenance - d'estime ou de reconnaissance - d'actualisation (réalisation de notre potentiel, de soi et de notre créativité...)



Exemple : le monde de l'entreprise



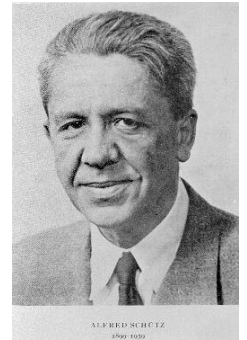
Selon Maslow les gens ne cherchent à satisfaire un besoin que si le besoin inférieur est satisfait. Seuls les besoins insatisfaits peuvent motiver un comportement.



- La théorie des besoins de Schutz

Selon **Alfred SCHUTZ**, il existe trois besoins interpersonnels fondamentaux :

- **le besoin d'inclusion** : C'est le besoin d'attention et de reconnaissance des autres, (Désir d'être en lumière, singulier et remarqué). À l'autre extrême, on retrouve, l'effacé, le tranquille qui n'aime pas être remarqué, ni être vu du public. (Plusieurs personnes de ce type dans un même groupe l'empêchent de se développer)
- **le besoin de contrôle** : C'est le besoin de pouvoirs, de mener et d'influencer l'environnement. de prendre des responsabilités. (Dans un groupe les personnes qui ont un besoin d'inclusion et les personnes qui ont un besoin de contrôle se complètent)
- **le besoin d'affection** : Certaines personnes ont besoin d'intimité et de chaleur dans leurs relations. Elles sont parfois perçues comme trop amicales ou trop dérangeantes. D'autres personnes sont plus "froides", distantes. Les groupes mixtes ne sont pas les meilleures solutions car les gens ne se mêlent pas.



http://fr.wikipedia.org/wiki/Alfred_Sch%C3%BCtz

Conclusion

- Pour réussir une bonne communication interpersonnelle, il est indispensable de bien se connaître, de connaître ses besoins, son caractère,
- Nous recherchons, en général, une atmosphère intime qui satisfasse nos besoins, et rejetons les communications où nos besoins sont niés.

Exercice 3.1 : L'ouverture de soi

Objectif :

Réfléchir aux informations que l'on peut révéler ou cacher selon les circonstances et les personnes rencontrées

Travail à faire :

Indiquer dans le tableau suivant pour chaque information si vous jugez

- indispensable (3)
- sans problème (2)
- déconseillé (1)

de communiquer ces informations à la personne rencontrée.

Méthodologie :

Ce tableau peut être rempli dans le cadre d'une discussion en groupe.

| | Votre supérieur hiérarchique | Votre subordonné | Un collègue | Un client | Un ami | un inconnu rencontré au restaurant |
|----------------------------|------------------------------|------------------|-------------|-----------|--------|------------------------------------|
| Nom | | | | | | |
| Prénom | | | | | | |
| Date de naissance | | | | | | |
| Age | | | | | | |
| Adresse | | | | | | |
| Profession conjoint | | | | | | |
| Age de vos enfants | | | | | | |
| Fonction dans l'entreprise | | | | | | |
| Loisirs | | | | | | |
| Origine sociale | | | | | | |
| Idées politiques | | | | | | |
| Appartenance syndicale | | | | | | |
| Diplôme | | | | | | |
| Projets personnels | | | | | | |
| Projets professionnels | | | | | | |
| Voiture | | | | | | |
| Lieu de vacances | | | | | | |
| | | | | | | |
| | | | | | | |
| | | | | | | |