

5 - LES PIEGES DE LA COMMUNICATION

Ils résultent d'un lien imparfait entre le langage et la réalité.

51 - Les principaux pièges

511 - Stéréotypes, étiquetage et polarisation

Dans une situation de communication nous avons tendance à sélectionner les informations qui nous parviennent :

- Nous retenons les plus évidentes et les plus faciles à percevoir : **stéréotype**
- Nous privilégions les traits :
 - les plus caractéristiques : **étiquetage**. (*C'est un prof, c'est un étudiant, c'est un garagiste, c'est une blonde, c'est un beur etc.*),
 - les plus extrêmes : **Polarisation** (*On pense en termes d'opposition : bon ou mauvais, bien ou mal, amour et haine*).

Super Dupont d'Alexis et Lob



Barbie et Ken...

Il en va ainsi lorsqu'on rencontre une nouvelle personne, nous percevons en premier lieu les traits les plus marquants, les plus visibles, les plus grossiers. Nous réduisons la personnalité de cette personne à quelques traits stéréotypés.

Le piège consiste à s'arrêter là !

Exemple : Les émissions de télé-réalité montrent assez bien ces approches rapides, ces étiquetages et au fur et à mesure des journées, la recomposition des groupes lorsque les gens se mettent à discuter et qu'ils se rencontrent et se redécouvrent...

512 - Attitude globalisante et définitive

Cette attitude consiste à parler en termes absolus et définitifs donnant l'impression de tout connaître d'une chose ou d'une personne : « J'ai tout vu... », « Je vais tout te dire... », « Je sais de quoi je parle... ». Alors qu'il est impossible de tout connaître ou d'être exhaustif, Il faut admettre ses limites. « C'est faux », « C'est vrai », « Il ont menti », « Tu te trompes » sont des expressions qui dénotent un raisonnement limité et réductif.



Par ailleurs, nous avons toujours tendance à voir les choses et les gens comme si elles ne changeaient pas. Or elles évoluent, changent, s'adaptent. La vie nous change et l'on ne peut y échapper.

Exemple :

- *Regarder et écouter les réactions des personnes qui regardent de vieilles photos,*
- *Etudier les attitudes lors de rencontres de personnes que l'on n'a pas vues depuis longtemps et à qui on n'a plus rien à dire tant les vies ont évolué de façon dissemblable...*

513 - Inférence

Ce sont les **interprétations** ou **prolongements** de la réalité que nous faisons à la suite d'une observation confuse ou incomplète du connu.

Exemple :

Un ami qui devait venir manger annule le repas et le repousse d'une semaine, sans donner d'explication.

J'en déduis qu'il est en colère après moi car j'ai oublié de lui graver un CD etc. etc. etc.

J'apprends lors du repas de la semaine suivante qu'il a du partir en urgence chez sa nouvelle « amie » qui avait un problème mais dont il ne souhaitait pas parler.

Dans l'inférence on crée une **réalité fictive** à partir d'un morceau de réalité. Cette interprétation peut être exacte, ce qui ne pose aucun problème, mais elle peut être fautive.

Il est important de différencier les énoncés d'inférence, des énoncés de faits. Les premiers conduisent parfois à des erreurs graves, des déformations, des accidents, des incompréhensions et des réactions inadéquates.

Exemple :

- Une inférence amusante est celle qui est faite par deux personnes qui se croisent et cherchent à s'éviter sur un trottoir,
- Plus graves, les accidents de voitures proviennent parfois d'une mauvaise interprétation ou d'une mauvaise perception de ce que fait ou va faire un autre conducteur. Je pense qu'il va tourner à gauche => J'accélère et en fait il continue tout droit => Accident
- Dans une situation de communication interpersonnelle, l'inférence peut conduire à mal interpréter un message ou un signe et à avoir une réaction inappropriée qui peut générer des conflits.



Les inférences sont éliminées par une vérification systématique des sources d'informations.

514 - Énoncés évaluatifs (jugements)

Les énoncés évaluatifs comportent un jugement, lorsqu'ils reflètent certaines valeurs de la personne qui les émet. Ce sont des **avis personnels**, des **opinions** qui renvoient à notre échelle des valeurs et non à celle des autres.

Exemple de propos évaluatifs :

- « Les jeunes n'ont plus conscience des réalités, ils vivent dans un monde artificiel dont la télé réalité est le symbole... »
- « Il faut réduire les indemnités de chômage car les chômeurs sont des faîneants... »
- « Les habitants de sont des radins... »
- « Les filles de sont ... ».
- « Les footballeurs sont ... ».
- « L'OM est ... »



Ce sont des avis réducteurs qui ne tiennent pas compte de la diversité des avis, des situations et des gens. Ainsi dans les exemples précédents il se peut que certains chômeurs profitent ou abusent des indemnités chômage, mais ce n'est pas le cas de la généralité. Cet avis tranché ne reflète pas la diversité des situations.

515 - Questions impossibles à résoudre ou sans réponse

Il existe des questions sans réponses, car la réponse est subjective, c'est un jugement de valeur personnel. Dès lors il n'existe pas une réponse définitive et il y a autant de réponses possibles qu'il y a de personnes qui se la posent.

Exemple : Ce tableau est-il beau ? Qu'est ce que l'art ?

<p>Picasso</p>	<p>Matisse</p>	<p>Miró</p>
<p>Léonard de Vinci</p>	<p>Millet</p>	<p>Duchamp</p>

Inversement, Il est possible d'apporter une réponse certaine et définitive à d'autres questions. La réponse est objective et peut être trouvée par l'observation du monde ou la raison.

Exemple : Combien ce livre a-t-il de pages ? Quelle est la taille d'une personne ? Quel est le poids ou la dimension d'un objet ?

Il est important de repérer les questions sans réponse afin de ne pas chercher vainement une solution.

516 - Nos croyances

Nous avons tous des croyances sur nous, sur les choses ou les personnes que nous cherchons à renforcer. Ces postulats peuvent être plus ou moins justes. Car ils reposent parfois sur une bride de réalité.

Exemple : « Tous les avocats sont riches... », « Les chauffeurs de taxis sont des voleurs... » ; « Les garagistes sont des escrocs... »

Notre concept de soi repose largement sur des croyances nous concernant.

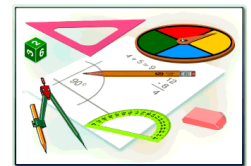
Les croyances peuvent être évitées en comprenant les sources de nos postulats, en vérifiant s'ils sont fondés. Pour être réaliste il faut être empirique.

52 - Pour éviter les pièges

521 - Une approche plus scientifique

Dans notre communication nous devons privilégier les attitudes suivantes :

- **Décrire :** Nos définitions doivent éviter les jugements et se contenter de **décrire en datant et en identifiant les sources.**
- **Quantifier :** Nos propos doivent être **le plus précis possible**, il faut limiter les raisonnements abstraits et ambigus.
- **Personnaliser :** Il est bon d'indiquer dans une discussion les **propos personnels qui sont tenus.**
« *C'est mon opinion* », « *Je n'ai pas aimé ce film* » au lieu de « *ce film est mauvais* »
- **Clarifier :** Il ne faut pas hésiter à demander des précisions lorsque des propos sont mal compris et inversement.



Pour avoir une communication efficace, il est indispensable d'avoir une communication précise et un langage quasi journalistique.

La technique du **QOQCPC** (Qui, Quand, Ou, Quoi, Comment, Pourquoi, Combien) peut vous aider dans cette démarche de précision. Que ce soit dans une communication écrite ou orale.

Lorsque l'on décrit une opération il faut dans la mesure du possible indiquer :

Exemple : Je dois décrire un travail que j'ai réalisé dans un rapport de stage. Pour cela je dois indiquer pour chaque action réalisée :

- *qui est concerné par l'action,*
- *à quel moment se passe l'action,*
- *où se passe l'action,*
- *En quoi consiste l'action,*
- *Comment s'est déroulée l'action,*
- *Pourquoi l'action a eu lieu,*
- *Combien de fois l'action c'est elle réalisée.*

522 - Apprendre à donner et à recevoir des rétroactions

Pour mieux maîtriser la communication :

- Il est important d'**observer les rétroactions**, de les favoriser chez les autres et de les accepter. Tenir compte de la personnalité de celui qui reçoit et ne pas chercher à se faire plaisir.
- Il faut donner des **rétroactions honnêtes** de notre compréhension. Partager des idées ou des informations plutôt que des conseils et des jugements.
- Concentrer les **rétroactions sur les comportements**, plutôt que sur les personnes. (*Plutôt que : Tu es lâche, il vaut mieux dire : Là tu as été lâche,*
- **Partager les observations** plutôt que les inférences. L'observation est objective et peut être partagée avec d'autres, alors que l'inférence est subjective et induit des erreurs.

Exercice 2.1 : Cumul de distorsions

Objectifs : Voir la déformation et le cumul des distorsions lors de la circulation d'une information.

Matériel : Une photo qui décrit un événement



Travail :

1. Faire des groupes de 6 à 12 personnes
2. Faire sortir 6 personnes
3. Montrer une photo aux personnes restées dans la salle et nommer une personne qui doit la décrire oralement à une personne sortie de la salle. Utiliser une photo qui décrit un événement
4. Faire entrer une personne sortie et faire décrire le contenu de la photo par la personne nommée précédemment (sans montrer la photo)
5. La personne qui vient d'entendre l'explication la transmet à un deuxième personne qui entre à son tour
6. Renouveler l'opération avec toutes les personnes sorties



Analyse :

Constater que la description évolue et que chacun sélectionne ce qu'il entend ou voit puis ajoute ou supprime des informations.