

La communication



La communication est le processus par lequel des informations, des idées, des émotions et des messages sont échangés entre des individus ou des groupes. Elle implique l'envoi et la réception de messages à travers des canaux de communication tels que la parole, l'écriture, les gestes, les expressions faciales et les signaux non verbaux.

La communication peut prendre de nombreuses formes, allant des conversations informelles et des échanges écrits aux présentations formelles, aux publicités et aux messages médiatiques. Elle peut également se produire dans différents contextes, tels que les relations personnelles, les affaires, les médias et les institutions sociales.

Les trois principales formes de communication

La communication verbale : elle implique l'utilisation de la parole ou de l'écriture pour transmettre un message. Elle peut prendre la forme d'une conversation en face à face, d'une présentation, d'un discours, d'un courrier électronique ou d'un message texte, par exemple.

La communication non verbale : elle comprend tous les moyens de communication qui n'utilisent pas les mots, tels que les expressions faciales, les gestes, la posture, la tonalité de la voix, le contact visuel et la proximité physique. Ces signaux peuvent transmettre des informations importantes sur les émotions, les intentions et les attitudes d'une personne.

Voici les principales composantes de la communication non verbale :

1. **Expressions faciales** : Les expressions faciales telles que les sourires, les froncements de sourcils, les clignements d'yeux et les regards peuvent communiquer beaucoup d'informations sur les émotions, les intentions et les attitudes.
2. **Langage corporel** : Le langage corporel peut inclure la posture, les mouvements, les gestes, la distance physique, le toucher, la direction du corps, etc. Ces éléments peuvent transmettre des informations sur l'humeur, la confiance, l'agitation, la détente, l'enthousiasme et l'intention.

3. **Ton de la voix** : Le ton de la voix peut refléter l'émotion, l'attitude et la signification des mots prononcés. Par exemple, une voix forte et rapide peut transmettre l'urgence ou l'excitation, tandis qu'une voix douce et lente peut transmettre la tranquillité et la détente.
4. **Les vêtements et l'apparence** : Les vêtements et l'apparence peuvent fournir des indices sur l'identité, le statut social, l'attitude et l'intention de la personne.
5. **Les expressions artistiques** : Les expressions artistiques telles que la musique, la danse et le théâtre peuvent transmettre des émotions, des histoires et des messages sans utiliser de mots.



La communication écrite : elle implique l'utilisation de l'écriture pour transmettre un message. Elle peut prendre la forme d'une note, d'un rapport, d'une lettre, d'un article de blog ou d'un livre, par exemple. La communication écrite est souvent utilisée lorsque la communication verbale n'est pas possible ou n'est pas pratique, ou lorsqu'une trace écrite est nécessaire pour

La nature de la communication

Les communications **personnelles** et **impersonnelles** se distinguent par le niveau de relation et d'interaction entre les personnes impliquées dans la communication.

La communication personnelle est un échange direct et intime entre deux personnes ou un petit groupe de personnes. Elle implique souvent une interaction en face à face et un niveau élevé d'émotion, de confiance et d'implication personnelle. La communication personnelle peut inclure des conversations avec des amis, des membres de la famille, des partenaires amoureux, des collègues de travail proches ou des conseillers.

La communication impersonnelle, en revanche, est un échange d'informations ou de messages qui n'implique pas de connexion personnelle forte ou directe. Elle peut être transmise à travers des canaux de communication impersonnels tels que la télévision, la radio, les médias sociaux, les courriels et les lettres. La communication impersonnelle peut également se produire dans

des situations de communication de masse, telles que des discours, des annonces ou des publicités.

Les deux formes de communication peuvent avoir leur utilité et leur pertinence en fonction de la situation et des objectifs de communication. Cependant, la communication personnelle tend souvent à être plus efficace pour établir des relations personnelles, résoudre des problèmes complexes et communiquer des émotions et des sentiments, tandis que la communication impersonnelle peut être plus appropriée pour transmettre des informations formelles et pour

La prise en compte du langage du corps

Albert Mehrabian, un psychologue américain, a mené des recherches sur la communication non verbale et a constaté que, dans certaines situations, **la communication non verbale peut être plus importante que la communication verbale**. Il a développé un modèle de communication connu sous le nom de la règle 7-38-55, qui suggère que le langage corporel, la tonalité de la voix et les mots représentent respectivement **55 %**, **38 %** et **7 %** de la signification globale d'un message.

La prise en compte du langage corporel dans la communication signifie reconnaître que les gestes, les expressions faciales, la posture et d'autres signaux non verbaux peuvent transmettre des informations importantes sur les émotions, les attitudes et les intentions d'une personne. Le langage corporel peut ajouter de la signification et de la profondeur aux mots utilisés dans une conversation ou une présentation, ou peut même contredire les mots utilisés et révéler une intention ou une émotion différente.

Des moyens d'expression corporels



En tenant compte du langage corporel dans la communication, on peut améliorer la compréhension mutuelle, renforcer les relations interpersonnelles et éviter les malentendus. La prise en compte du langage corporel peut également aider à interpréter les messages dans des situations où les mots peuvent ne pas être suffisants, comme dans les communications interculturelles ou dans les conversations où les personnes ont des difficultés à exprimer clairement leurs pensées et leurs émotions.

La connaissance des obstacles les plus fréquents

Il existe plusieurs obstacles courants liés à la communication en milieu de travail. Voici quelques-uns de ces obstacles ainsi que des pistes de solution pour les contrer :

	Obstacles	Solutions
1. Le manque d'écoute active	Les personnes peuvent être distraites ou préoccupées par d'autres tâches, ce qui peut entraîner un manque d'écoute active lors d'une conversation.	<i>Pour éviter cela, il est important de se concentrer sur la personne qui parle et de prêter attention à ses mots et à ses gestes. Il est également utile de poser des questions pour clarifier les points importants et de résumer la conversation pour confirmer que tout a été bien compris.</i>
2. Les barrières linguistiques	Les employés peuvent parler différentes langues ou avoir des niveaux de compétence différents dans une langue commune, ce qui peut rendre difficile la communication.	<i>Il est possible de surmonter cette barrière en fournissant des formations linguistiques, en utilisant des traducteurs ou en proposant des supports visuels, tels que des graphiques et des images.</i>
3. Les différences culturelles	Les personnes ont des modes de communication différents en fonction de leur culture. Cela peut causer des malentendus ou des conflits dans la communication.	<i>Il est important de se familiariser avec les différentes cultures présentes dans l'entreprise et d'apprendre à communiquer en respectant les valeurs et les normes culturelles des autres. Il peut également être utile de désigner des personnes de différentes cultures pour aider à la communication entre collègues.</i>

4. Le manque de clarté

Les messages peuvent être mal exprimés ou mal compris, ce qui peut entraîner des malentendus.

Il est important de s'assurer que les messages sont clairs et bien structurés. Les personnes doivent éviter les expressions vagues et utiliser des exemples concrets pour expliquer les idées. Les récepteurs doivent également poser des questions pour clarifier les points importants.

5. Les conflits interpersonnels

Les conflits personnels entre les employés peuvent causer des difficultés de communication.

Il est important de favoriser un environnement de travail respectueux et de créer des espaces de discussion pour permettre aux employés de régler les conflits de manière constructive. Les managers peuvent également encourager les employés à travailler ensemble et à se connaître davantage pour améliorer les relations interpersonnelles.

En général, il est important de favoriser une communication ouverte et transparente en milieu de travail, de reconnaître les obstacles potentiels et de travailler ensemble pour les surmonter.

Les techniques de communication

Il existe de nombreuses techniques de communication pour diffuser des messages efficacement, voici quelques exemples :

- **La formulation claire du message** : Cela implique d'exprimer clairement et de manière concise le message que l'on souhaite transmettre. Il est important de bien réfléchir à la manière dont on souhaite présenter le message afin que celui-ci soit compréhensible pour le destinataire.
- **La reformulation du message** : Cela consiste à répéter ou à reformuler le message initial pour vérifier si l'on a bien compris ce que l'autre personne a voulu dire. Cela permet également de clarifier les points qui n'ont pas été bien compris ou qui nécessitent plus de précisions.
- **L'écoute active** : Cela consiste à porter une attention soutenue à l'autre personne qui s'exprime afin de comprendre ses pensées et ses sentiments. Cela implique également de poser des questions pour clarifier certains points ou pour mieux comprendre ce que l'autre personne souhaite communiquer.

- **La communication empathique** : Cela implique de se mettre à la place de l'autre personne et de comprendre ses sentiments et ses émotions. Cela peut aider à mieux comprendre le point de vue de l'autre personne et à établir une meilleure communication.



- **Le questionnement** : Cela permet de poser des questions pertinentes pour mieux comprendre les besoins ou les préoccupations de l'autre personne. Les questions peuvent également aider à clarifier certaines informations qui ne sont pas claires ou qui nécessitent plus de précisions.
- **La vulgarisation ou l'adaptation** : Cela consiste à adapter le message à l'audience cible afin de le rendre plus accessible et plus compréhensible. Il est important de prendre en compte le niveau de connaissances et d'expérience de l'audience cible pour adapter le message de manière efficace.
- **La rétroaction** : Cela implique de donner un retour d'information sur le message qui a été transmis. Cela peut aider à identifier les points positifs et négatifs du message et à apporter des améliorations pour une communication future.
- **La synthèse** : Cela implique de résumer les points clés de la communication pour s'assurer que les messages importants ont été compris. Cela peut aider à clarifier les points importants et à éviter les malentendus.

Les techniques de communication

Il existe plusieurs styles de communication et chacun est caractérisé par des traits spécifiques. Voici quelques-uns des traits les plus courants associés à différents styles de communication :

Le style direct : Les communicateurs qui ont un style direct ont tendance à être francs et directs dans leur communication. Ils préfèrent un langage clair et concis et sont souvent

orientés vers l'action. Les communicateurs directs sont souvent perçus comme étant confiants et déterminés, mais peuvent parfois paraître trop directs ou autoritaires.

Le style initiateur : Les communicateurs qui ont un style initiateur sont souvent des leaders naturels. Ils ont tendance à être proactifs et à prendre des initiatives pour résoudre les problèmes. Les communicateurs initiateurs sont souvent perçus comme étant créatifs et visionnaires, mais peuvent parfois avoir des difficultés à écouter les opinions des autres.

Le style encourageant : Les communicateurs qui ont un style encourageant sont souvent empathiques et cherchent à créer un environnement positif. Ils ont tendance à être à l'écoute et à encourager les autres à partager leurs idées. Les communicateurs encourageants sont souvent perçus comme étant chaleureux et sympathiques, mais peuvent parfois avoir des difficultés à prendre des décisions difficiles.

Le style analytique : Les communicateurs qui ont un style analytique ont tendance à être rigoureux et à rechercher des informations détaillées. Ils préfèrent une communication structurée et logique, et peuvent être très méticuleux dans leur approche. Les communicateurs analytiques sont souvent perçus comme étant des experts dans leur domaine, mais peuvent parfois paraître trop pointilleux ou trop rigides.

Il est important de noter que ces styles ne sont pas des catégories fixes, mais plutôt des tendances générales qui peuvent varier en fonction de la situation et des personnes impliquées. De plus, chaque style a ses avantages et ses inconvénients, et il peut être utile de développer un mélange de styles pour



Vous aimeriez découvrir votre style de communication? Essayez ce test en ligne :

https://www.toastmastersrivesud.org/uploads/6/3/0/7/6307400/fr8206_understanding_your_communication_style.pdf

