

Cours 1/ GENERALITES SUR LA COMMUNICATION

1. Une question de contexte

Pour qu'une relation communicationnelle entre intervenant et auditeurs s'établisse et se déroule, il faut qu'il y existe un contexte particulier

(ex : Exposé, Soutenance, ...etc.)

Principales composantes de cette notion de contexte :

- **Le contexte institutionnel** détermine les rôles, le rapport entre les personnes en interaction, les « règles du jeu » ;
- **Le cadre** où se situe la rencontre comprenant l'environnement direct, le lieu et le temps dans lequel elle s'inscrit ;
- **Les éléments propres à chaque culture** qui régissent les interactions sociales (par exemple les pratiques, le savoir-vivre,) ;
- **La nature de la relation** les objectifs, les buts que chacun se fixe par rapport à la situation de communication (par exemple informer, s'informer, convaincre, reconforter, menacer) ;
- **La personnalité, tout ce qui constitue la personne elle-même** par exemple l'histoire personnelle, la motivation, le caractère, les valeurs.

Ces éléments constitutifs du contexte influent sur la communication selon des modalités et des degrés différents.

2. La communication, un échange

Qu'est-ce que la communication ?

Il s'agit de l'ensemble des stratégies mises en place, par une personne ou un groupe de personnes, pour échanger des ressources et des représentations avec d'autres.

La communication peut être représentée d'une manière simplifiée comme suit :

C'est l'intention d'un émetteur, traduite dans un message, interprétée par un récepteur et ayant un effet sur lui. Un message est alors émis en retour (feedback). Chacun des interlocuteurs occupe donc tour à tour la position d'émetteur et de récepteur.

Lors de la transmission d'un message entre l'émetteur et le récepteur, intervient un certain nombre de filtres à chacun de ces pôles.

Ces filtres sont constitués par plusieurs éléments (l'éducation, les préjugés, les expériences personnelles, par exemple) issus du contexte. Ils ont un rôle particulier dans le système de codage / décodage de chacun et donc dans l'interprétation du message.

3. Une question de place

La relation entre les interlocuteurs est définie au travers de leur communication. Notre manière de communiquer exprime la position que l'on souhaite occuper et corrélativement la position que l'on attribue à notre interlocuteur; positions réciproques qui peuvent être fondées sur la similarité ou la complémentarité, c'est-à-dire sur l'égalité ou la différence.

La place respective de chacun est déterminée en fonction :

- **D'éléments externes**, par les statuts et rôles de chacun (fournisseur/client, médecin/malade, policier/population, collègue/collègue, par exemple) ou par leur identité sociale (parent/enfant, homme/femme, par exemple) ;
- **D'éléments internes** à la relation, c'est-à-dire de la place subjective que chacun prend par rapport à l'autre (dominant/dominé, demandeur/conseiller, séducteur/séduit, par exemple).

Cette détermination de place peut faire l'objet soit d'un accord

(Les interlocuteurs reconnaissent la position qui leur est affectée dans cette

communication), soit d'un désaccord qui peut déboucher sur un conflit.

4. Une question de perception : l'efficacité de la communication

Il y a **différentes stratégies** qui permettent d'atteindre un objectif précis. Il y a divers niveaux d'intervention possible.

Nous savons que pour avoir une signification complète d'un message, il est utile de prendre en compte toutes les composantes de la communication.

Mais cela ne suffit pas. Il faut être attentif au fait que le message est toujours émis(verbale ou non) dans un contexte particulier et qu'il est codé par l'émetteur et décodé par le récepteur. Le message est donc **interprété**.

Dès lors, l'intention de l'émetteur peut ne pas correspondre à l'effet produit sur le récepteur en cas de « *mauvaise* » interprétation du message.

En effet, il faut distinguer **trois niveaux différents** dans la situation de communication :

Ce que je pense (intention), ce que je veux signifier par mon message ;

Ce qui est émis, mon message ;

Ce que l'autre perçoit (effet), ce que l'autre comprend.

L'efficacité est donc liée à « *la concordance entre l'effet produit et l'intention initiale* ».

Cette concordance sera d'autant plus forte que j'aurai veillé à clarifier mon intention (par l'intermédiaire des finalités, des objectifs pédagogiques) – donc l'effet recherché – et à adapter le fond et la forme de mon message à cette intention.

5. La communication verbale, non verbale et le paraverbal

Ce sont les éléments qui influencent l'effet d'un message, en nous concentrant sur les facteurs qui sont directement liés à la forme d'une présentation orale.

Nous reviendrons plus loin sur les facteurs visuels de perception qui, de par leurs formes, influencent également l'effet d'un message.

Interprétations et filtres personnels

Un message peut avoir une signification particulière, différente pour chacun des interlocuteurs et provoquer des réactions diverses. Chaque élément de la communication, qu'il soit verbal ou non verbal, peut avoir une signification différente suivant les personnes et le contexte dans lequel cela se passe.

Par ailleurs, notre perception de la réalité est personnelle. Chacun de nous peut en effet avoir une perception différente d'une même réalité, tout en ayant le sentiment d'avoir raison et de percevoir la réalité.

Or, chaque personne perçoit la réalité au travers de son propre système de référence qui agit comme un filtre. Il s'agit d'une perception subjective qui provoque des réactions et comportements particuliers.

Aussi, chacun agit à partir de l'image qu'il se fait de son interlocuteur, de la perception (subjective) qu'il a de l'autre.

Cette représentation détermine en grande partie la relation interpersonnelle (la notion de place), qui elle-même réagit à son tour sur les représentations mutuelles des interlocuteurs.

C'est par la discussion, au travers de la « confrontation » des points de vue, que l'on parvient à construire une représentation collective relativement proche de la réalité.

Si la communication représente souvent l'échange verbal, elle ne se limite pas à cet aspect.

En réalité, la communication est beaucoup plus large.

Tout est communication

A côté de sa **dimension verbale**, elle comprend :

Une **dimension non verbale** : les mimiques, les attitudes, le contact visuel, l'expression du visage, la position corporelle, par exemple ;

Une **dimension paraverbale** : le ton, le rythme, l'inflexion de la voix, par exemple.

Les différents éléments non verbaux et paraverbaux de la communication peuvent remplir différentes fonctions de communication (relationnelle, régulatrice, expressive, accompagnatrice, par exemple). Au même titre que les éléments verbaux, ils sont traduits, décodés par l'interlocuteur qui leur donne un sens.

Dès lors, la signification d'un message n'est complète que lorsqu'on prend en compte tant la composante verbale que les composantes non verbales et paraverbales de la communication.

Même le silence est une forme de communication : par mon attitude, je communique que je ne veux pas dialoguer ou je témoigne par mon silence d'un message particulier.

Ainsi, on peut dire qu'**il est impossible de ne pas communiquer**.

La manière de dire plus que le contenu détermine cette relation.

La partie non verbale de la communication est d'ailleurs appelée la relation, par opposition au contenu qui correspond aux éléments verbaux.

6. Les facteurs paraverbaux qui influencent l'efficacité du message

Nous pointerons ici quelques aspects à prendre en compte dans la manière d'adresser notre message au public.

Ces facteurs sont directement liés à **la manière dont nous utilisons notre voix**.

Notre voix présente différentes caractéristiques. Celles-ci doivent s'adapter à la

taille du public et à l'espace dans lequel se déroule notre intervention.

Le volume

Le volume de notre voix doit être suffisamment fort pour se faire entendre par l'ensemble des auditeurs et assurer une écoute agréable de notre message.

Son intensité doit ainsi être adaptée à la taille de notre auditoire, mais aussi aux caractéristiques de la salle où nous nous trouvons.

Le volume de notre voix doit traduire un certain dynamisme par le relief que sa variation donne aux informations présentées.

Le rythme

Il s'agit de notre **débit de paroles**.

Lors d'une présentation publique, l'auditeur doit saisir les mots sans avoir besoin de les réentendre. De ce fait, parler trop vite nuit à la compréhension de notre message.

Par ailleurs, un débit trop important est souvent une manière de traduire le trac que nous ressentons quand nous prenons la parole en public et risque de nous faire perdre le fil de nos idées.

Réduire la vitesse de nos paroles correspond à une amélioration de la compréhension de notre message, mais aussi à la gestion du stress inhérent à la situation.

A l'inverse, parler trop lentement contribue à réduire l'attention des auditeurs qui peuvent ressentir une certaine lassitude, voire un agacement.

Éviter ces extrêmes ne veut pas dire pour autant maintenir un rythme uniforme.

Il convient de jouer sur la variation du rythme, sur la ponctuation des phrases, pour rompre la monotonie tout en laissant le temps d'assimiler nos propos et ainsi maintenir l'attention du public.

Le ton

Le ton sur lequel une phrase est énoncée détermine fortement le sens qui lui est attribué (affirmatif, interrogatif, agressif, autoritaire par exemple). L'intonation utilisée doit donc correspondre à la signification que nous souhaitons donner à nos paroles.

L'articulation et la prononciation

La manière dont nous énonçons les mots est également à prendre en considération.

Pour se faire comprendre, il s'agit d'articuler distinctement, sans exagérer, les sons qui composent les mots.

Quant à la prononciation, elle varie dans l'espace et dans le temps. Elle contribue notamment aux accents régionaux.

A cet égard, avoir un accent particulier n'est pas une tare. Nous devons toutefois être attentifs à l'impact de notre prononciation sur la compréhension des mots, surtout si notre auditoire est composé de personnes issues d'autres régions.

7. Les facteurs non verbaux qui influencent l'efficacité du message

Le regard

Bien plus que regarder notre public, il s'agit d'établir avec lui un contact visuel. Il indique l'intérêt que nous portons à nos auditeurs, capte et maintient leur attention.

Ce contact permet également de contrôler les réactions du public face à nos propos.

Quand la taille de l'auditoire le permet, il est important de balayer le public en regardant chacun de nos auditeurs.

Si le public est trop nombreux pour établir un contact visuel personnalisé avec chacun des membres, il s'agit de bien faire voyager son regard dans

l'ensemble du public, des'attarder régulièrement sur quelques personnes en veillant à toucher toutes les partiesde la salle.

Les silences

Quand nous prenons la parole en public, nous avons souvent tendance à ne pas laisser'exprimer les silences. Soit parce que nous voulons dire trop de choses en trop peu detemps, soit parce que nous voulons combler ce vide qui nous fait peur.

Or, s'ils sont respectés, ces silences ont souvent une fonction positive.

Avant de prendre la parole, le silence permet de solliciter l'attention du public.

En cours de présentation, il peut donner le temps nécessaire aux auditeurs pourassimiler ou pour réfléchir à une information importante que vous venez de leur donner,pour vivre un moment fort.

Il vous permet d'indiquer les transitions entre deux idées, de ponctuer et d'aérer votreprésentation, de mettre en valeur une idée, de retrouver votre concentration par exemple.

Enfin, le silence installé avant de se retirer, évite de donner l'impression aux auditeurs que nous avons hâte de les quitter.

Les silences ne sont donc ni vides, ni inutiles ; il s'agit de les apprivoiser et de savoir les intégrer dans notre intervention en public de façon adéquate.

Les gestes

Nos gestes expriment toujours quelque chose.

Ils peuvent traduire ce que nous essayons de cacher : notre nervosité, notre gêne parexemple en manipulant un stylo ou des lunettes, en se pinçant le menton. Il s'agit là degestes parasites qui viennent perturber notre présentation; ils attirent l'attention de notreauditoire au détriment de son écoute et peuvent vite devenir agaçants.

Eviter de se figer en s'appuyant sur la table, en mettant les mains en poche ou en croisant les bras ; cela renforcerait une attitude non naturelle, rigide portant préjudice à la transmission, et de ce fait à la compréhension de notre message. A l'inverse, les gestes peuvent renforcer, appuyer, notre message verbal; ils rythment, illustrent, s'accordent avec notre discours et animent la présentation.

Les mouvements

Le fait de bouger, de se déplacer donne un certain dynamisme à la présentation. Toutefois, mieux vaut ne pas être constamment en mouvement ou faire des mouvements trop prévisibles. Les premiers risquent de monopoliser l'attention des auditeurs, alors que les seconds deviennent vite une source de monotonie et d'ennui pour l'auditoire.

A l'inverse, il s'agit d'éviter de rester statique, de qui peut donner l'impression d'un orateur craintif ou distant.

Le mouvement doit être utilisé pour dynamiser l'exposé, pour le ponctuer et lui donner vie.

Cours (2) Les méthodes de la communication

I. Les outils de la communication orale

La principale crainte de la plupart des gens est l'art de parler en public. Toutefois, il y a peu de compétences qui ont un impact plus grand pour soutenir un mémoire, obtenir un poste, accéder à une promotion ou vaincre la concurrence.

Préparez-vous à réussir : La chose la plus importante que vous pouvez faire pour que votre prochaine présentation soit efficace est d'être prêt. Cela signifie que vous devez prévoir du temps pour répéter sérieusement. Les experts suggèrent que vous passiez 60 % de votre temps à préparer votre contenu et 40 % de votre temps à répéter.

Dites-le correctement : Vérifier la prononciation des mots difficiles — particulièrement pour ce qui est du jargon est un élément important d'une bonne préparation. Une prononciation et une connaissance justes des termes de votre discipline donnent de la

crédibilité à votre présentation.

Surmontez votre angoisse : Presque tous les orateurs éprouvent une certaine angoisse avant de prendre la parole. Sachez que les auditoires s'en rendent rarement compte. Ils veulent que les conférenciers réussissent. Ils veulent être enchantés par votre sujet d'expertise et veulent que vous leur expliquiez votre matériel.

Utilisez des techniques de respiration et de relaxation avant de présenter votre allocution pour vous calmer les nerfs. Plutôt que de vous concentrer sur vous-même, concentrez-vous sur votre auditoire.

Croyez-le ou non les gens de l'auditoire ne sont pas venus vous voir. Ils sont venus voir ce que vous pouvez faire pour eux. Utilisez votre énergie pour fournir la meilleure présentation possible.

Commencez lentement et utilisez des phrases courtes. À mesure que vous vous acclimateriez à la situation, vous vous sentirez plus confiant.

Faites bonne impression : Avant même que vous commenciez à livrer votre discours, votre auditoire fondera ses premières impressions sur votre apparence. Assurez-vous de faire bonne impression. Adoptez une allure soignée, propre et assez confortable pour agir de façon naturelle.

Adoptez une posture imposante : Adoptez une posture sérieuse, Tenez-vous droit avec les jambes à la largeur des épaules et répartissez votre poids de façon équilibrée. Une bonne posture illustre la confiance et l'engagement envers votre présentation et votre auditoire.

Agissez de façon naturelle : Les gestes ajoutent de l'intérêt et de l'ambition à votre présentation. Si vous êtes nerveux, si vous vous sentez maladroit ou mal à l'aise, démarrez lentement et ajoutez des mouvements ou des gestes à mesure que vous commencez à vous détendre. Pratiquez les gestes en préparant votre présentation et ils viendront plus facilement lorsque vous livrerez votre discours.

Établissez un contact visuel : Une excellente façon de vous calmer les nerfs est d'établir un contact visuel avec une personne de l'auditoire. Adressez-vous seulement à cette personne. Lorsque vous l'avez regardée assez longtemps pour sentir que vous avez établi un lien, passez à une autre personne, puis à une autre. Une des meilleures façons de conserver l'intérêt de votre auditoire envers votre présentation est de maintenir un bon contact visuel.

Montrez vos sentiments : Vous pouvez être de nature réservée, mais commencez votre présentation en souriant. Montrez aux membres de votre auditoire que vous êtes heureux de partager votre information avec eux. Les expressions faciales ajoutent de l'effet aux mots. Assurez-vous seulement que vos expressions conviennent au sujet abordé.

Faites-vous entendre : Il y a plusieurs aspects du débit verbal à considérer. Le volume est probablement le plus important. Assurez-vous que vous parlez assez fort pour que tout le monde puisse vous entendre. Si vous n'êtes pas certain, demandez. De plus, vous devez examiner la vitesse de votre débit. Lorsque les orateurs sont nerveux, souvent, ils parlent plus vite.

Essayez de parler lentement et clairement pour que votre auditoire puisse comprendre chaque mot. Enfin, considérez le ton de votre voix. Une trop grande variation peut devenir gênante. Trop peu de variation est monotone. Soyez équilibré avec une certaine variation lorsque cela convient au contenu.

Éliminez les distractions : Les mots et phrases bouche-trou tels que «euh», «ah», «vous savez», et ainsi de suite deviennent vite des distractions pour les personnes auxquelles vous vous adressez. Perdez l'habitude d'utiliser des mots bouche-trou aussi rapidement que possible.

Remplissez plutôt l'espace par le silence (même si cela signifie parler par fragments. À mesure que vous vous détendez et que vous vous améliorerez, réduisez les moments de silence) à la fin vous pouvez les éliminer presque entièrement.

Comment parler en public ?

1. Principes de base de parole en public :

a. Comment acquérir les techniques de base

- .Prenez courage en vous inspirant de l'expérience des autres,
- .Ne perdez pas de vue votre objectif,
- .Soyez d'avance certain de votre succès,
- .Saisissez toutes les occasions de pratiquer.

b. Comment développer la confiance en soi :

- Cherchez les raisons de votre crainte de parler en public
- Préparer vous convenablement : N'essayez jamais d'apprendre votre texte par coeur,

Assemblez et classez vos idées à l'avance, Parler de votre sujet avec vos amis.

- Soyez d'avance certain de votre succès : Pénétrez vous de votre sujet, Evitez toute réflexion négative susceptible de vous troubler, Pratiquer l'auto suggestion.

c. Un moyen facile et rapide pour bien parler en public

-Traitez un sujet que vous connaissez par expérience ou par étude :

- Dites ce que la vie vous a appris,

Cherchez des sujets dans votre passé.

-Traitez un sujet qui vous tient à coeur

- Ayez le désir ardent de communiquer avec vos auditeurs.

2. Discours, orateur, auditoire :

a. Comment mériter de prendre la parole :

. Limitez votre sujet,

.Accumulez une réserve de puissance,

.Ajoutez à vos propos des illustrations et des exemples : *Humanisez votre présentation,*

Personnalisez votre exposé en utilisant des noms propres, Soyez précis : mettez de nombreux détails dans votre exposé, Dramatisez votre exposé en utilisant un dialogue, Faites voir ce que vous présentez.

.Employez des mots concrets, usuels, imagés.

b. Animez votre exposé :

.Choisissez des sujets dont vous êtes pénétré,

.Revivez les événements que vous décrivez,

.Montrez vous convaincu.

.Associez vos auditeurs à votre exposé :

.Parlez à vos auditeurs de ce qui les intéresse,

.Faites des compliments sincères,

.Identifiez-vous à votre auditoire,

.Dialoguez avec votre auditoire,

.Soyez modeste.

3. Les interventions préparées et impromptues :

a. Comment faire une présentation pour informer :

- . Limitez votre exposé au temps qui vous est imparti,
- . Classez vos idées dans un enchaînement logique,
- . Enumérez vos idées à mesure que vous les développez,
- . Comparez ce qui est nouveau avec ce qui est familier : *Transformez un fait en image, Evitez les termes techniques*
- . Utilisez des aides visuelles.

b. Comment faire un exposé pour convaincre :

- .Gagnez la confiance en la méritant
- .Obtenez une réponse affirmative
- .Montrez du respect et de la sympathie pour votre auditoire
- .Parlez avec un enthousiasme contagieux,
- .Commencez d'une manière amicale.

c. Comment faire des interventions impromptues :

- . Exercez vous à parler inattendu (improviser dans le bon sens/ une intervention impromptue),
- .Soyez mentalement prêt à parler à l'improviste,
- . Citez un exemple immédiatement,
- . Parlez avec animation et avec force,

4. L'art de communiquer :

a. Comment communiquer ?

- . Pulvérisez votre coquille,
- . N'essayez pas d'imiter les autres ; Soyez vous-même,
- . Communiquez avec vos auditeurs,
- . Mettez votre coeur dans vos paroles,
- . Exercez votre voix pour la rendre forte et souple

5. Le comportement face au public :

a. Préparation d'un discours, d'une conférence :

- . Obtenez l'attention immédiatement, *Commencez par un événement, Eveillez la curiosité*
Enoncez un fait frappant, Utilisez un objet.
- . Evitez tout ce qui produit une attention défavorable :
Ne débutez pas par une excuse, Evitez de commencer par l''histoire drôle''.

. Démontrez vos idées principales : *Utilisez des statistiques, Faites appel aux témoignages d'experts, Servez-vous d'analogies, Démontrez avec ou sans aide visuelle.*

. Faites appel à l'action, *Résumez.*

b. Comment mettre en pratique ce que vous avez appris ?

. Embellissez votre conversation de détails précis,

. Employez ces techniques dans votre travail,

. Recherchez des occasions de parler en public,

. Persévérez, répétez sans cesse,

. Soyez certain d'être récompensé de vos efforts.