

Chapitre I : Terminologie de TEC

I.4. LES OBSTACLES A LA COMMUNICATION :

A) Les obstacles à la transmission de l'information (les obstacles mécaniques) En général on peut distinguer plusieurs catégories des bruits :

Les bruits techniques : ces obstacles font référence à des difficultés dans la transmission du message ils constituent un bruit physique qui affecte à des degrés divers la capacité technique d'un canal en produisant des perturbations pouvant diminuer la lisibilité, la visibilité et l'audibilité d'un message.

Les bruits sémantiques : ces obstacles font référence à des difficultés dans la transmission et la réception du sens du message. Message : explication confuse imprécise incomplète Phrases mal choisies, vides de sens et obscure Le code : langage trop spécialisé pour les non-initiés, l'utilisation des mots à plusieurs sens, langage différent.

Bruits organisationnels : ils sont relatifs au fonctionnement des réseaux de l'information, Réseau trop complexe entraîne : lenteur de transmission, oubli, perte de message et modification de l'information.

Les bruits environnementaux : dépend de l'entourage de l'émetteur et du récepteur

Bruits sémiologiques : en relation avec l'émetteur et le récepteur : Emetteur : ils peuvent être dus à des troubles intérieurs, manque de préparation, peu de l'autre. Récepteur : ils peuvent être dus au fait qu'il ne capte pas ou capte mal le message.

B) Les obstacles à la communication : Certains obstacles peuvent venir de la situation de communication elle-même indépendamment du message transmis ils sont en général liés à l'émetteur et au récepteur :

- **les obstacles socioculturels et économiques** : Certains obstacles sont d'ordre culturel et sociologique : les modes de pensée l'opinion les préoccupations le langage varient selon : La culture de l'émetteur et du récepteur généralement liée au pays ou la région d'origine mais aussi au sein d'une même culture, différence d'éducation. Le milieu Socioéconomique : suivent l'origine sociale des individus les préoccupations peuvent être différentes. Le niveau intellectuel : relation avec les études. L'âge, génération : les niveaux de langage peuvent être différents peut être difficile de trouver des sujets de conversation communs. ,

- **Obstacles Psychologiques** : Attitude subjective de sympathie ou d'antipathie (recherche ou refus du dialogue de contact). Mauvaise préparation du récepteur à recevoir le message. L'absence de l'intérêt pour les propos de l'interlocuteur. L'état psychologique de l'émetteur : dans l'état de la colère ou du chagrin un émetteur trouve des difficultés à faire passer sans message.

I.5. LES FORMES DE LA COMMUNICATION

Directe: Echange interpersonnel sans intermédiaire /Englobe les échanges oraux, visuels, gestuels et tactiles/Individu ou groupe ou institution, ou choses/Intentionné, il est motivé; consciemment ou non à dispenser un message codé/Modification de l'idée à cause de la distorsion de l'information

Indirecte: existence d'un canal réduisant le temps et l'espace

Verbale: utilisation du langage, orale, écrit ou **imprimé:** Résultat d'une convention tacite et se transmet par apprentissage Malléable et peut transmettre une quantité infinie d'informations/Structuré: c'est l'aspect grammatical

Non verbale: silences, postures, gestes, expressions faciales, toucher ...

Unidirectionnelle: le message circule dans un seul sens

Bidirectionnelle: échange entre deux personnes, le message circule dans les deux sens.

I.6. LES QUESTIONS :

Questions Ouvertes Les questions ouvertes stimulent l'interlocuteur à développer son idée, à donner plus d'information

Descriptive de son choix, selon son cadre de référence. Elles encouragent la rétroaction et Permettent à l'émetteur d'utiliser des sous-questions pour approfondir le sujet, au besoin Les questions ouvertes commencent souvent par : qu'est-ce que, comment, quoi... Il existe deux sortes de questions ouvertes :

- **divergente** (pas d'objet précis en tête)

Exemple: «comment vous sentez-vous?"»

- **convergente** (question posée dans un contexte défini)

Exemple: « comment vous préparez-vous à une entrevue?»

Les Questions Fermées : Les questions fermées permettent d'obtenir des informations précises et factuelles. Ce sont des questions auxquelles on peut aussi répondre par «oui» ou par <non> sans développer son idée. Elles sont utiles dans certains contextes (exemple: pour une vérification) mais moins favorables à la communication. Elles commencent souvent par : Est-ce que, combien, êtes-vous ??

Les Questions tendancieuse : Les questions tendancieuses induisent une réponse et ne permettent pas au récepteur de donner son opinion véritable. Elles s'avèrent peu favorables à la communication, car elles provoquent la défensive; Exemple: «Les hommes ne font-ils pas de meilleurs gérants que les femmes?»

Les Questions doubles : Les questions doubles contiennent en fait deux éléments différents. Elles sont peu favorables car elles tendent à biaiser les réponses. Elles manquent de précision, car le récepteur ne sait plus à quel élément donner priorité. Exemple: «Que feriez-vous dans une telle situation et votre approche tiendrait-elle compte de la Politique de l'organisme à cet égard ?»

I.7. RESEAUX DE COMMUNICATION : réfèrent aux différentes modalités de circulation de l'information entre les membres d'une organisation au sens large.

Le réseau formel : quand l'émetteur et le récepteur du message sont connus et qu'ils communiquent à travers une, structure établie

Le réseau informel : quand l'émetteur et le récepteur du message sont connus ou identifiés, mais qu'ils ont communiqué en dehors d'une structure officielle.

Le réseau implicite : ce réseau origine souvent des traditions et habitudes admises et connues. Ici cependant l'émetteur n'est pas identifié, le récepteur n'est pas désigné et l'information se répand à la façon d'une rumeur.

TYPES DE FEED-BACK (RETROACTION) :

il permet à l'émetteur de s'assurer que le récepteur a bien compris ce qu'on vient de lui dire. Il consiste à contrôler cette compréhension de message par la réaction faite par le récepteur. Trois types de feed-back peuvent être donnés par un récepteur de message, avec des conséquences différentes sur la communication :

Feed-back évaluatif Dans ce cas, le feed-back évalue une idée, une opinion, un comportement ou une attitude de la personne à qui il s'adresse. L'émetteur du feed-back porte un jugement en fonction de ses valeurs personnelles.

Feed-back descriptif Ce type de feed-back décrit un comportement ou une attitude. Il en trace un portrait sans porter de jugement; il fait simplement une **description factuelle**.

Feed-back personnel Ce type de feed-back contient l'expression d'une **émotion personnelle** appartenant à celui qui l'émet. Il n'y a pas ici d'évaluation ni de jugement sur l'autre; il s'agit d'une description du monde émotif de celui qui parle

LES FORMES DE FEED-BACK

On peut distinguer deux formes de feed-back :

Le feed-back positif : qui conduit à accentuer un phénomène. Il y a une hausse de tension entre les communicants : entre humain il s'agirait d'énervement entre 2 personnes.

Le feed-back négatif : Peut être considéré comme un phénomène de régulation tant à la maintenir stable et équilibrée, cette régulation prend plusieurs formes notamment la reformulation et le questionnement

I.8. LES COMPOSANTES D'UNE PERSONNALITE

APTITUDES : c'est l'ensemble de ce que je sais (savoir théorique scolaire, universitaire, etc.)

MOTIVATIONS : c'est l'ensemble de mes intérêts de ce par quoi je suis attiré (profession, domaine)

CARACTERE : ensemble des dispositions caractérielles (jugement, intelligence, etc.)

COMPORTEMENT qui est la façon de se conduire (sociabilité, introversion, extraversion, etc.)

POURQUOI PARLER DES CRITERES DE PERSONNALITE EN MATIERE DE CTE ?

Parce que les APTITUDES vont influencer les IDEES, la densité de ce que nous avons à exprimer, la richesse de notre langage, la force des arguments dans la discussions,

Parce que les MOTIVATIONS vont influencer notre affectivité, nos sentiments, nos réactions spontanées dans une discussion, nos intérêts et nos rejets.

Parce que le CARACTERE influence notre intelligence, la manière dont on va discuter, les qualités de notre jugement. **Parce que le COMPORTEMENT** influence nos attitudes dans la communication : agressivité ou sociabilité, propension plus ou moins grande à écouter, empathie (savoir admettre les autres, se « mettre à leur place)

En effet la communication est à tout niveau : avec les collègues, le personnel avec l'encadrement, le patron avec les fournisseurs, l'intérieur entre les services de l'entreprise dans une équipe, un groupe de travail.

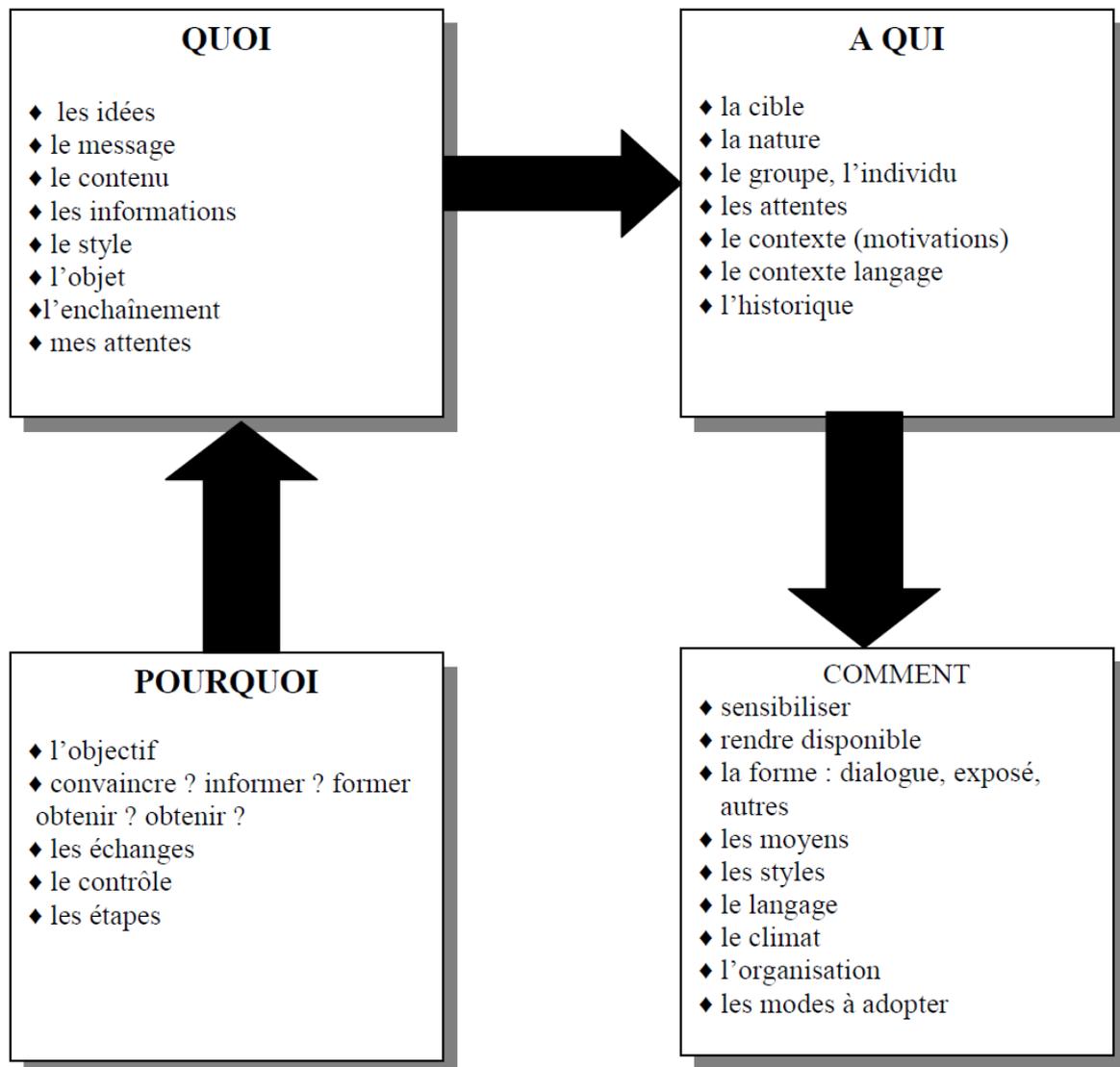
-Les éléments essentiels de la personnalité

La communication est un rapport entre personnes : s'adresser à une personne c'est s'adresser à toute sa personnalité c'est-à-dire au CONSCIENT et à L'INCONSCIENT, à sa LOGIQUE, ses IDEES, ses SENTIMENTS, etc.

Le **SCHEMA** ci-après indique les composantes de la communication : elles cernent le **COMMENT** pour lui Permettre d'être efficace.

_ Le **QUOI** est la définition claire de ce que je veux **EXPRIMER**, c'est la mise en place préparatoire des idées, des mots force, des points essentiels qui doivent être retenus par l'interlocuteur.

_Le **POURQUOI** précise l'**OBJECTIF**. En effet, toute communication a un but précis : je peux vouloir dialoguer convivialité, échanger des idées, vouloir **CONVAINCRE**, obtenir des informations par des questions, donner un **ORDRE**, une **INSTRUCTION** etc



I.9. LA COMMUNICATION DANS UNE ENTREPRISE

1. communication externe :

C'est celle qui consiste en la transmission du message à l'extérieur de l'entreprise. la CTE externe est de créer le rencontre de l'entreprise avec les besoins et les demandes des marchés.

Communication institutionnelle : C'est une CTE de l'entreprise sur elle-même. Elle permet à l'entreprise de valoriser son identité et son image auprès des différents publiques qui l'intéressent. Elle a pour but de rendre l'entreprise transparente et vise surtout les salariés, les partenaires individuels et financiers.

Communication Marketing : Parle des marque, produits et services, son objectif est de convaincre les cibles sélectionnés d'acheter ou de racheter.

2. communications internes :

C'est celle qui consiste en la transmission du message a l'intérieure de l'entreprise :

Communication descendante : elle provient de supérieure au l'inferieure (ordre, note de service)

Communication ascendante :

Elle provient de l'inférieure au supérieure.(compte rendu, rapport, demande....)

Communication latérale :

C'est un échange de communication entre des personnes de même rang.

Communication parallèle :

Il se fait entre la direction et les représentants des personnels.

Communication à double sens : Obéit à plusieurs règles : -Règle de restitution : il consiste à diffuser d'une manière générale tous les travaux effectués par le groupe. -Règle de transparence : la clarté de l'information.

Communication transversale : Il s'agit des liens entre les services, sa qualité est liée à la qualité de management, le but d'éviter de faire remonter tous les problèmes relationnels jusqu'au sommet.

I.10. LES « 5 » C DE COMMUNICATION :

Clarté : le message doit être clair et précis.

Confiance : confiance en soi et dans les autres.

Créativité : ouverture d'esprit et souplesse qui permettent d'établir un contact unique, original et adapté.

Considération Qualité qui consiste à se mettre le plus possible à la place de l'autre, à comprendre, ressentir, voir la situation à partir de son point de vue, de façon à le respecter

Concentration : capacité d'écoute active.

C'est quoi une reformulation ?

On appelle reformulation une intervention de rétroaction qui consiste à redire en d'autres termes et d'une manière soit plus concise ou plus explicite, ce que l'interlocuteur vient d'exprimer. Une Reformulation est réussie lorsque l'émetteur est satisfait de la qualité de réception de son message Initial, telle que démontrée par la justesse de la reformulation.

Reformulation interrogative Ce message consiste à répéter ou résumer ce que l'interlocuteur vient d'énoncer. Il permet à la personne qui pose ce type de question de vérifier sa compréhension et favorise la Communication;

Exemple: «Si je comprends bien vous aimez beaucoup la musique?»

Les 2 types de Reflet :

a-Reflet Simple ou répétitions :

Le reflet simple permet à la personne habituée à se sentir souvent contredite ou critiquée de se sentir reçue et respectée. Elle peut alors s'absorber davantage dans son introspection et prendre conscience

De façon autonome de l'expérience vécue.

«Mon patron m'a mis à la porte parce que j'étais toujours en retard.»

b-Reflet de sentiment :

Ici, le récepteur reformule le message de l'émetteur, mais en essayant de faire ressortir les émotions Qui y sont rattachées. Il ne s'agit évidemment pas «d'aller à la pêche» et de lancer une émotion au Hasard.

Article de Journal

Article de journal comprend les éléments suivants :

-**L'origine de l'article** : nom de journal dont l'article a été extrait.

-**Le Titres de l'article.**

-**Les Sous titres.**

-**Le Chapeau** : Bref Commentaire placé en-tête d'un article juste après le titres, il décrit le contenu de l'article.

-**La Rubrique** : les articles sont classés dans le journal dans des rubriques différents : sport, économie, politique...

-**Les intertitres** : Titres secondaires servant à séparer les différentes idées du texte.

-**Paragraphes.**

-**Introduction et conclusion.**

-**Schéma, dessin, graphique, photo..Etc.**

L'écoute active :

On appelle ECOUTE ACTIVE l'art de bien écouter et S'INVESTIR (voir plus loin) pour faire évoluer une discussion L'écoute active est le moyen utilisé pour saisir toute la signification d'un message

LE DIALOGUE CONSTRUCTIF :

Le Langage : C'est le véhicule de la communication orale. Il est évident que le langage de 2 interlocuteurs . Doit être similaire.

L'écoute : C'est l'un des aspects essentiels du dialogue constructif, ECOUTER n'est pas ENTENDRE.

ECOUTER, c'est :

-écouter à fond l'interlocuteur, sans interruption

- prendre en considération ce que dit l'interlocuteur et respecter son point de vue

- ne pas « faire semblant » d'écouter

- c'est reformuler éventuellement pour témoigner de la prise en considération du point de vue adverb

- c'est tenir compte de ce point de vue dans la suite du dialogue

- c'est retenir (mémoriser) ce qui a été formulé.

10 Règles pour bien écouter :

1-Marquez votre attention.

2-Prenez des notes.

3-Préparez-vous d'avance.

4-Posez des questions.

5-Pensez aux phrases de rappel.

6-Ne ne parlez pas trop vite.

7-Ne ne concluez pas trop vite.

8-N'interrompez pas.

9-Respirez.

10-Reformulez les faits importants

CONVAINCRE : 5 Règles

1-Faire se persuader mieux que convaincre

2-On ne convainc pas par la force.

3-Empathie et Communication.

4- Convaincre en permanence.

5-La persuasion nécessite « négociation » et non « compromis »

C'est quoi la Motivation ?

La motivation est un déclencheur psychologique propre à chaque personne, compte tenu de son cadre de référence, qui prédispose celle-ci à dépenser et à investir de l'énergie, de l'élan, de l'enthousiasme, de l'effort (facteurs «E») dans une situation donnée

La réunion : La réunion c'est Le groupe de travail, c'est le moyen de communication favorisons Le contact, Les échanges, La réflexion et La prise de décision entre Les délégués collaborateurs de E/ .

Type de Réunion :

Réunion d'information :

-objectif : faire passer une information.

-Style : descriptif.

-Disposition : en classe d'école

Réunion d'échange :

-objectif : échanger information. , discuter proposer.

-Style : non directif.

-Disposition : en rond.

Réunion de résolution de problème :

-Objectif : résoudre en commun un problème.

-style : semi-disposition en Animateur.

Réunion de formation :

-Objectif : donner un savoir-faire, ce type de réunion passe par 2 étapes : étape d'information ce que l'animateur sait et étape d'apprentissage ce que les participant acquièrent

Réunion de créativité :

-objectif : traiter les affaires de entreprise on générale dans des lieux publique dans un climat a mission (pour s'éloigner de stresse du travail

Comment on organise une réunion ?

1-Préparation de la réunion :

a-Noter les objectifs à attendre et distinguer les objectifs prioritaires de ce qui sont secondaire-

b-Dresser la liste des participants :qui comporte le public.

c-Il est nécessaire de transmettre au participant les éléments d'informations qu'ils étudient avant la réunion.

d- programme l'organisation.

e-Organisation matérielle.

f- Informer les participants par les convections précession le lieu la date et l'heur ainsi que l'objectif de la réunion

2-Le Déroulement de la réunion : -L''animateur accueille et rappel le thème et l'objectif de la réunion. Il propose et fait accepter ou impose un régime de travail. -Il doit s'assurer que le sujet est claire pour les participant .généralement ;c'est on début de la réunion qu'un ou plusieurs secrétaire sont désigné afin d'élaborer le compte-rendu. Degérer le temps.

Conclusion de la réunion : Il est indispensable de faire une séance finale si une décision a été prise : La définir et prévoir le contrôle de l'exécution. La séance doit être brève et objective.

L'entretien : L'entretien met en situation de face à face deux personnes .celles-ci dialoguent, échangent des informations sur un sujet précis.L'entretien vise toujours un objectif très déterminer .Il est souvent à la basse d'une prise de décision. Les entretiens les plus rencontrés dans la vie professionnelle sont : l'entretien **d'embouche** l'entretien **de négociation**.