

LA COMMUNICATION SOCIALE

*« L'être de la culture existe dans le temps de
l'interaction »*
[Moerman : 1988]

1. Le pouvoir du message

- Un « message » est ce qu'une personne peut avoir en elle-même et qu'elle cherche à externaliser, à communiquer et à faire connaître.



- « Communiquer un message » comme un type d'action : l'action est l'unité de signification de base lorsque les gens communiquent.

Exemple 1 : La recherche sur les jeunes enfants montre qu'ils comprennent les gestes et les paroles en termes d'actions sociales. En d'autres mots, dès un jeune âge, ils comprennent que lorsque l'on pointe quelque part, on veut dire « *regarde là* » ou « *va là* ».

- **Communiquer** c'est :
- Externaliser,
- S'exprimer,
- Informer,
- Apprendre,
- Découvrir,
- Construire son monde.



☞ L'action sociale est par conséquent une unité de base de l'interaction. C'est ainsi que l'on fait des choses et que l'on comprend les choses que l'on fait.



*J'AIMERAIS
QUE TU FERMES
LA FENÊTRE...*

J'AI FROID!

- Il s'agit donc de :
 - comprendre *pourquoi* quelqu'un dit quelque chose et avec quel objectif ;
 - comprendre comment les gens coordonnent leurs actions et négocient les enjeux qui les touchent.

☞ Communiquer un message, n'est qu'une raison possible de dire quelque chose, une action possible qui puisse être accomplie.

👉 Analysez :

- « Tes lunettes sont sales ! »
- « Je n'aime pas les gens qui parlent trop »
- « Ils ne sont pas si graves mes copains ! »

- « Elle n'est pas trop jeune pour être maman »
- « Elle n'est pas trop jeune pour connaître le vin ! »

☞ L'étude des messages a un regard très différent. Le modèle consiste à supposer une unité de sens autosuffisante, et à étudier comment elle est « communiquée » ou altérée d'une façon ou d'une autre.

☞ 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.

2. Comment les rôles, les identités, etc., sont constitués et reconstitués au travers des interactions ?

☞ Les participants d'une conversation s'investissent dans des comportements et comprennent ceux des autres en termes d'actions. Le concept d'action est fondamental à la façon dont les gens se comportent.

Exemples :

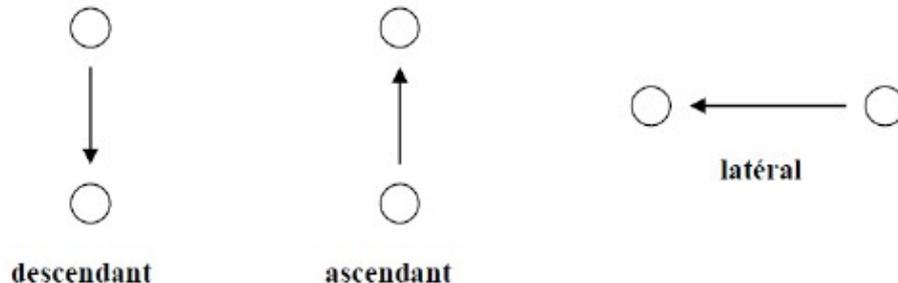
- inviter un ami à manger (*Je t'invite à.../ Je serai heureux de t'accueillir../ Veux-tu qu'on prend un café ?...*)
- être en désaccord avec quelqu'un (*Je suis mécontent.../ Je n'ai pas aimé.../Cela m'a vraiment déçu...*)
- accuser un voisin d'une mauvaise action.

- Pour chaque individu, la communication implique à la fois des facteurs internes et externes.
- Son message tend à exprimer/sous-entendre :



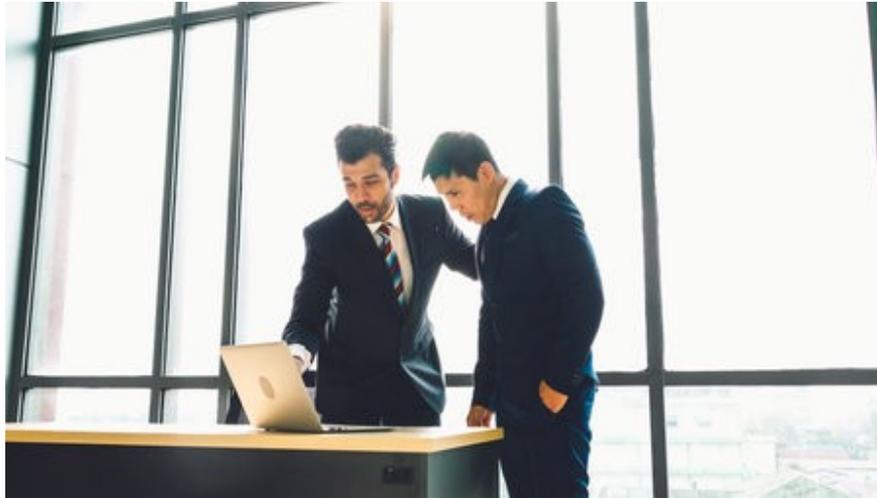
- Contrairement à la croyance voulant que les rôles demeurent stables tout au long d'une rencontre, on considère la performance des rôles comme des enjeux qui sont négociés à chaque tour de parole au cours de l'interaction.

Sens hiérarchique :



Exemple : Rapport superviseur- subordonnés

- Rapport 1 :
- Diriger, conseiller
- consulter



- Rapport 2 :

- Ordonner/exiger/ se montrer autoritaire
- Accepter, suivre, se conformer



- Rapport 3 :

- Coopérer, collaborer

- Soutenir, servir, participer

☞ (rôles respectifs d'une façon très conventionnelle)



- Rapport 4 :

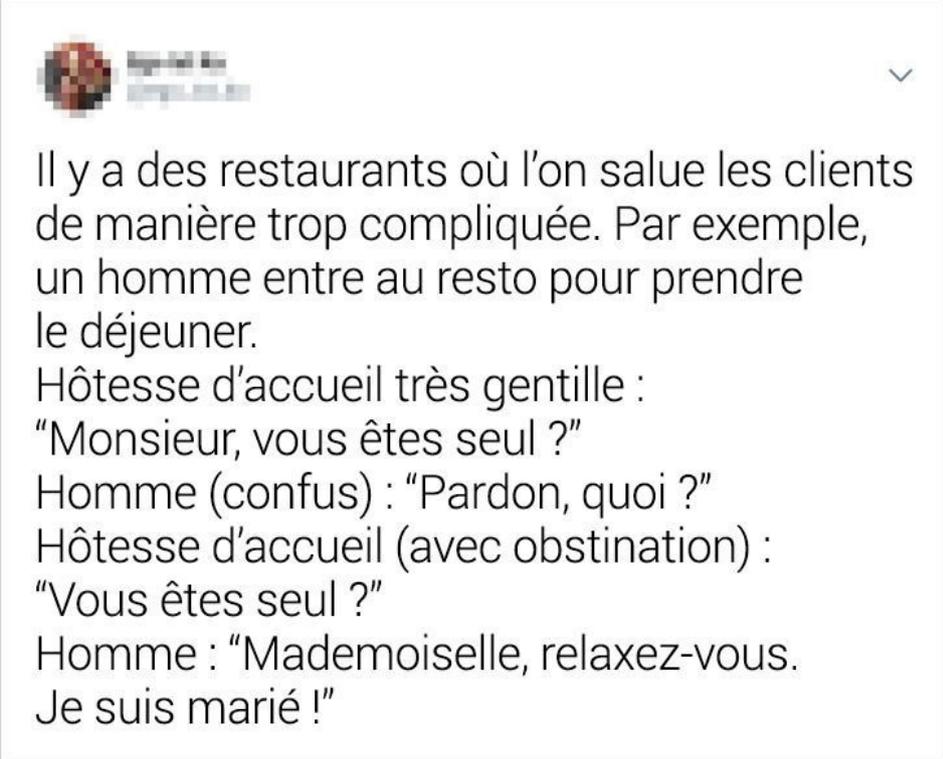
- Autorité régulièrement ignorée

- Insubordination, tenter de contrôler le chef



Exercice : Analysez les situations de communication suivantes

- Situation 1 :



Il y a des restaurants où l'on salue les clients de manière trop compliquée. Par exemple, un homme entre au resto pour prendre le déjeuner.

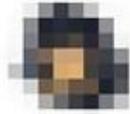
Hôtesse d'accueil très gentille :
"Monsieur, vous êtes seul ?"

Homme (confus) : "Pardon, quoi ?"

Hôtesse d'accueil (avec obstination) :
"Vous êtes seul ?"

Homme : "Mademoiselle, relaxez-vous. Je suis marié !"

- Situation 2 :



[Redacted name]
[Redacted text]



Je mettais des pots de yaourts dans mon chariot quand j'ai croisé le regard cordial d'un homme. J'ai rivé mes yeux sur lui à mon tour. Il a continué à me regarder, lui aussi. C'était un charmant jeu de regards. J'ai fini par lui sourire. Et lui, il a dirigé son regard sur mon chariot. J'ai compris d'un coup que ce n'était pas le mien.

3. Les attitudes et les effets de la communication

- Le psychologue américain G.H. Porter, met en évidence une typologie d'attitudes identifiable (Les 6 attitudes d'écoute de Porter), qui sont plus ou moins naturelles et spontanées en fonction des personnes et des moments de la vie de chaque personne, déterminant ainsi la qualité et le style d'écoute pour chaque échange.
- L'attitude adoptée va influencer le comportement de l'autre.

3.1. Les attitudes de communication

3.1.1. L'attitude évaluation-jugement :

Cette attitude nous positionne dans la figure du juge et positionne notre interlocuteur dans la position du jugé. Nous sommes dans cette attitude lorsque nous sommes dans le jugement et la critique, critique aussi bien positive que négative. Cette attitude peut engendrer des réactions violentes et négatives de la part de personnes qui ne souhaitent pas être jugées ou qui ne comprennent pas et n'admettent pas l'attitude de jugement.



3.1.2. L'attitude d'interprétation :

Attitude de pouvoir à l'égard d'un tiers, puisque celui qui « interprète » connaît au moins un langage de plus que celui qui est le sujet de l'interprétation. Une bonne maîtrise de l'interprétation peut néanmoins avoir le gros avantage de « touché juste » et permet parfois de gagner beaucoup de temps en allant à l'essentiel. On ne peut toutefois jamais écarter le risque d'une interprétation faussée. Dans ce cas, l'émetteur peut se sentir incompris et se bloquer.



3.1.3. L'attitude de soutien et de relation d'aide :

Nos réponses vont apporter un encouragement, une consolation ou une compensation. Nous pensons qu'il faut éviter que la personne ne dramatiser et lui indiquer ce qu'elle devrait ressentir. Ce type d'attitude nécessite beaucoup de vigilance et une bonne prise de distance sur le travail effectué, à *fortiori* lorsque celui-ci se prolonge sur plusieurs semaines ou plusieurs mois.



3.1.4. L'attitude d'investigation ou d'enquête :

L'enquêteur, l'inspecteur, autres types de figure du pouvoir et de l'autorité sur un tiers. Dans des temps plus reculés, cela pouvait prendre le nom d'inquisiteur.



... Attitude qui doit donc également être maniée avec précaution et parcimonie.



3.1.5. L'attitude « orientée solutions » :

Ce type d'approche peut avoir des résultats positifs dès lors que l'accompagnant a pris le temps nécessaire pour identifier clairement les enjeux de la demande et les besoins car, à défaut, si la solution n'est pas celle attendue, elle pourra tout simplement être rejetée en bloc. L'attitude « orientée solutions » fonctionne mieux avec une approche très outillée de l'accompagnement des personnes et des équipes, et s'intègre volontiers dans des approches centrées sur les résultats.



3.1.6. L'attitude de compréhension (ou reformulation) :

Elle institue de fait un rapport d'égalité : un écoutant et un écouté, qui peuvent à tour de rôle être écoutants et écoutés. C'est, en ce sens, la principale attitude pour favoriser et permettre à son interlocuteur une expression libre et sans jugement dans un contexte donné.



3.2. Les effets de communication

3.2.1. L'effet HALO

C'est surtout la communication non-verbale qui détermine la première impression faite par une personne. Quand vous rencontrez une personne pour la première fois, vous vous faites, dans la minute, une certaine idée d'elle. L'effet de halo, effet de notoriété ou encore effet de contamination, qui affecte la perception des gens ou de marques. C'est une interprétation et une perception sélective d'informations allant dans le sens d'une première impression que l'on cherche à confirmer.

☞ Une caractéristique jugée positive à propos d'une personne ou d'une collectivité a tendance à rendre plus positives les autres caractéristiques de cette personne, même sans les connaître (et inversement pour une caractéristique négative).

☞ Ainsi il a été démontré que des personnes étaient jugées plus intelligentes que d'autres uniquement sur la base de leur attrait physique. Avoir une opinion négative de quelqu'un, sans le connaître, du seul fait de son appartenance à un groupe que nous n'estimons pas ou inversement, avoir une mauvaise opinion d'un groupe uniquement parce qu'une personne que nous n'apprécions pas en fait partie.

3.2.2. Les effets Pygmalion/Golem :

- C'est un phénomène qui provoque une amélioration des performances d'un sujet, en fonction du degré de croyance en sa réussite venant d'une autorité ou de son environnement. Le simple fait de croire en la réussite de quelqu'un améliore ainsi ses probabilités de succès. L'effet Pygmalion est principalement étudié dans le cadre des effets positifs.
- L'effet inverse est appelé effet Golem : il se traduit par une performance moindre et des objectifs moins élevés sous l'effet d'un potentiel jugé limité par une autorité (parent, professeur, etc.).

EXERCICES :

- **Exercice 1 :** *Analysez les conversations suivantes.*

Conversation 1.

- *Je parle plusieurs langues !*
- *Tu parles !*
- *Ben oui, tu m'as déjà entendu parler des langues étrangères ?*
- *Non, tu parles l'espagnol comme un charretier suédois et le japonais comme une vache espagnole !*

- **Conversation 2.**

- *Salut mon pote!*

- *Salut, ça fait longtemps !*

- *Oui. Trop. Tu bois quoi ?*

- *Un thé glacé, pas de folie ce soir. Je ne m'attarde pas, je dois encore bosser. Je suis d'astreinte.*

- *On se partage une tartine de thon et de fromage grillé ?*

- *Oui, avec plaisir !*

- **Conversation 3.**

- *Tu as vu qu'on parlait de toi dans le journal ?*

- *On parle de moi ? On parle de moi en bien ou en mal ?*

- *On parle de tout et de rien, de la pluie et du beau temps, à tort et à travers, mais surtout on parle de toi !*

- *Puisque c'est comme ça, j'en parlerai à mes amis ce soir, ils seront heureux et surtout ils sauront de quoi parler au café.*

- **Exercice 2** : « *Même le silence dit quelque chose, communique un message qu'on peut interpréter.* »

 *Comparez et analysez les images suivantes :*





