

La communication opérationnelle

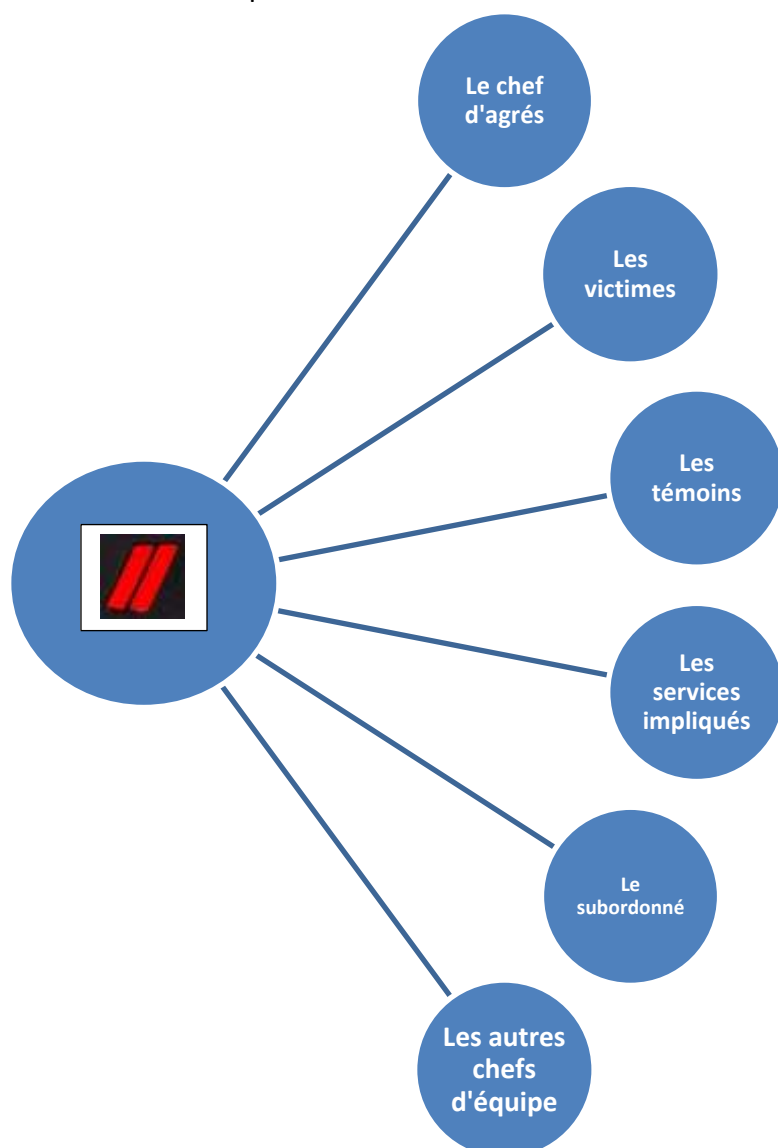
Le compte rendu, la prise de renseignement et l'échange d'informations se font au travers de notre langage. Il s'agit d'une nécessité incontournable de coordination pour mener à bien nos actions sur les interventions.

Le langage est par définition normé et précis. C'est bien souvent la maîtrise du langage ou la perception de la communication qui engendre des malentendus.

L'analyse d'une situation de communication

La reconnaissance du chef d'agrès, ou par délégation celle du chef d'équipe doit permettre de comprendre la situation à laquelle vous faites face. L'enjeu dans la communication du compte-rendu est de bien se faire comprendre et d'être à coup sûr compris.

La communication interpersonnelle – La communication du chef d'équipe sur intervention



Les « canaux » de la communication

En communication, on utilise essentiellement trois canaux :

- Le canal Visuel : la vue
- Le canal auditif : l'ouïe
- Le canal kinesthésique : le toucher, les sensations, l'émotion.

Pour améliorer la réception du message, il faut s'efforcer de le transmettre à l'aide d'au moins deux canaux.

Les « bruits » de la communication

Il s'agit de tous les parasites qui font venir gêner la transmission d'une communication. En communication, on appelle ces parasites des « bruits » qui sont en fait tous les éléments extérieurs perturbant la communication. (Circulation, Equipements EPI, météo,)

Les « filtres » de la communication

Chaque personne appréhende la réalité en fonction de sa propre grille de lecture. La perception qu'elle a de son environnement influence son comportement, donc sa façon de communiquer. En fait, on ne voit pas la réalité telle qu'elle est mais telle qu'on l'a perçoit. Le processus de perception est actif. Les choix sont influencés par les caractéristiques propres de chaque cerveau, de chaque culture, de chaque histoire et des expériences propres à chaque individu.

L'influence des « a priori » dans la communication

La première impression donnée à un interlocuteur est visuelle. Ce phénomène est propre et intrinsèque au fonctionnement de la communication chez l'homme. On l'appelle le phénomène de « HALO ».

L'effet de HALO positif :

Se manifeste lorsque l'on observe pour la première fois un personnage souriant, bien habillé, svelte, etc... L'effet de HALO va consister à extrapoler ces traits positifs en supposant que le personnage observé est également intelligent, travailleur, dévoué, sincère, etc..., alors que rien ne permet objectivement de le penser.

L'effet de HALO négatif :

Se révèle lorsque l'on observe un personnage peu souriant, habillé sans soin, petit, etc.... L'effet de HALO va alors consister à extrapoler ces traits négatifs en supposant que ce personnage est peu intelligent, paresseux, égoïste, peu honnête, etc..., alors que rien ne permet objectivement de le penser.

L'effet Pygmalion

C'est l'influence d'attentes inconscientes sur les comportements de l'autre.

Par exemple, des expériences ont montré que le degré de réussite de l'élève est notamment conditionné par la croyance ou non du professeur en l'aptitude de l'élève à réussir.

Si celui-ci est supposé intelligent par le professeur, l'élève, en réponse à l'attente du maître, progressera de façon significative.

Mais l'inverse est également vrai :

Un élève considéré inapte, progressera plus difficilement. L'absence d'attentes du professeur risque de perturber la progression de l'élève.

Effet HALO et effet PYGMALION sont des phénomènes qui s'opèrent à
l'insu des individus.

Ils convient donc :

De soigner l'image que l'on donne de soi-même (*chef d'équipe !!!*), afin de mettre un maximum de chances de son côté.

De ne pas se fier aveuglément à la première image que l'on se fait de quelqu'un.

De développer sa sensibilité aux éléments positifs (notamment pour contrarier une éventuelle tendance au pessimisme).