

La communication interpersonnelle dans les relations humaines : fondamentaux et mise en pratique

Responsable scientifique et pédagogique : Elodie Oursel

Programme détaillé

La communication de masse, *corporate*, digitale, commerciale, celle où le communicant s'adresse à une catégorie sociologique plutôt qu'à une personne, ce mode de communication est devenu omniprésent. La communication en face-à-face n'étant pas nouvelle, elle a pu être reléguée à l'arrière-plan ces dernières années. Pourtant, la communication large et à distance n'est pas la meilleure pour auditer, conseiller, manager, décider, négocier, ni même pour se faire comprendre vraiment. De récentes études en ergonomie du travail, en sciences du langage, en psychologie et en sociologie nous informent sur les risques encourus si l'on fait un usage inapproprié des différents modes de communication, et sur les mécanismes à mettre en œuvre pour réussir sa communication directe en face-à-face.

→ Maîtriser les outils et l'environnement de la communication

MODULE 1 – L'environnement 1h (CM et études de cas)

MODULE 2 – Les outils et les statuts des participants 1h30 (CM, TD et études de cas)

Nous explorons les différents modes et espaces de communication : par mail ou en face-à-face, à un public ou à une ou quelques personnes, en *open space*, en salle de réunion, ou dans un bureau fermé ou ouvert. Nous distinguons les objectifs de la communication pour réfléchir à l'optimisation du temps de travail et de la répartition des tâches. Nous voyons enfin les différents statuts possibles pour les personnes qui ont accès à une communication, pour manier judicieusement les possibilités.

→ Comprendre les enjeux d'une communication de qualité : l'objet, la relation et les effets

MODULE 3 – La construction du sens, *ou* comprendre toute la complexité du message 1h45 (CM)

MODULE 4 – La construction de l'intersubjectivité, *ou* bien se comprendre 1h45 (CM)

Nous discutons ici les théories fondamentales sur les fonctions de la communication ainsi que les apports les plus récents sur son fonctionnement et ses mécanismes. Nous abordons la construction du sens d'un message, les types de réactions possibles et les stratégies de communication envisageables. Ce module permet de comprendre les options qui s'offrent au communicant pour maîtriser sa communication ou pour mieux analyser les malentendus ou pour remédier à des difficultés rencontrées par des interlocuteurs.

→ Être à l'écoute de l'autre pour apaiser les tensions et trouver des solutions optimales

MODULE 5 – L'écoute 3h (CM, TD et études de cas)

Nous voyons les différents modes d'écoute à mettre en œuvre en fonction des objectifs de la communication. Nous abordons également les profils de personnes afin de comprendre comment l'autre fonctionne pour mieux l'écouter, cerner ses attentes et ses besoins et lui parler, le convaincre ou le mobiliser sur un projet. Nous abordons les différences de formation professionnelle, de classe sociale, de sexe, de génération, et de personnalités afin de balayer le spectre des grands facteurs de différenciation.

→ Ajuster sa communication à l'autre, à la situation et à l'objectif

MODULE 6 – La parole efficace et stratégique 3h (CM, TD et études de cas)

Nous considérons les stratégies à mettre en œuvre pour assurer une communication de qualité.

- Rendre clair et compréhensible l'objet du message ;
- rendre claires les attentes que l'on formule à l'intention de l'autre et discuter avec lui de la faisabilité ou des conditions de leur réalisation ;
- maîtriser l'évolution de la relation à l'autre (canaliser les débats, calmer les tensions, avoir une attitude constructive, emporter l'adhésion, etc.).