

# **Les freins et/ou obstacles à la communication**

En préambule à cette partie, nous devons revoir qu'est-ce que la communication et quels sont les éléments de la communication.

### **La communication :**

C'est l'acte au cours duquel un individu « **émetteur** » traduit un fait, un concept, un sentiment en un **message** qu'il adresse par le **canal** qui lui paraît le plus approprié, à un autre individu « **récepteur** », avec l'intention que ce dernier puisse **prendre connaissance** du fait, du concept ou du message envoyé.

### **Les éléments de la communication :**

L'acte de la communication comprend les éléments suivants :

- Pour l'**émetteur**, l'acte de communication consiste à transmettre au **récepteur** un concept, une idée, une pensée, une information.
- Pour cela, il va devoir l'exprimer au travers d'un **message**.
- Pour être compris, un message doit être émis et reçu grâce à un **code commun** à l'émetteur et au récepteur. Un code peut être composé de signes tels que des sons (code linguistique), des signes écrits (code graphique), des gestes, des images, des symboles (logo), des signaux mécaniques (morse).
- Ce message utilise **un canal** (le média) qui permet d'entrer en contact avec le destinataire. On distingue les canaux physiologiques internes de l'émetteur et du récepteur (audition, vision, odorat...) et les canaux techniques externes (radio, ordinateur...) qui servent à convoier le message à travers le temps et l'espace.
- Le fait que le récepteur d'un message puisse y répondre s'appelle **le feed-back**.
- Toute communication a lieu dans un **contexte**.

### **Les freins et obstacles à la communication :**

De nombreux incidents ou gênes appelés freins, filtres ou bruits peuvent nuire à la qualité de la communication.

Les obstacles à la communication sont généralement de deux ordres :

- **Obstacles liés aux aspects physiques et environnements**
- **Obstacles liés aux interlocuteurs à la communication**
  - **Emetteur**
  - **Récepteur**

### **Les freins ou obstacles techniques liés à quelques éléments de la communication :**

#### ➤ **Le canal :**

Ce frein a trait au choix du canal ou du support de la communication.

Les obstacles liés au canal de transmission sont le plus souvent d'ordre technique, matériel, et sont généralement involontaires, Si le canal est mal choisi, la communication ne passe pas ou passe mal. Par exemple :

- Support non adéquat au contenu du message, aux objectifs et/ou au public visé
- L'ambiance et l'environnement défectueux

## **Recommandations :**

Le support utilisé doit être adapté au message, à son contenu, à ses objectifs ou au public cible (contenu, objectif) ;

### ➤ **Le message :**

Un message mal rédigé, mal adapté au récepteur, pas clair, etc., peut nuire à la communication.

Il y a des exigences importantes pour la compréhension d'un message : clarté, précision, concision, structure. L'absence de ces exigences engendre une mauvaise communication.

#### ➤ **Les difficultés liées au contenu du message ?**

##### ➤ **Le message écrit :**

Un message mal rédigé, mal adapté au récepteur, pas clair, etc... C'est quand l'émetteur utilise des phrases lentes, pas précises ou quand il oublie un ou plusieurs éléments qui sont nécessaires à la compréhension du message, les fautes grammaticales, d'orthographe, etc.

- Un contenu trop technique ;
- Un contenu inadapté à la cible
- Un contenu compliqué ou trop succinct
- Un vocabulaire inapproprié
- Une rédaction incertaine, ou avec des fautes.

##### ➤ **Le message oral (la voix) :**

Les obstacles liés au message oral sont :

- Manque d'écoute,
- **Le volume de la voix** : une voix trop faible exige du récepteur un effort d'attention tel que peu à peu il finit par ne plus écouter. De la même façon, une voix trop forte finit par fatiguer le récepteur.
- **L'articulation** : bredouiller ou avaler des mots.
- **Le débit** : c'est la vitesse à laquelle l'orateur parle. Un débit trop lourd engendre l'ennui du récepteur ; un débit précipité signifie agitation, nervosité.

### ➤ **Le code :**

Le code utilisé pour encoder le message n'est pas adapté au(x) récepteur(s). Le choix du code se fait à deux niveaux :

- La nature du code (linguistique, graphique, iconique,)
- Le niveau du code (termes techniques, vulgarisation,)
- Il doit également tenir compte de l'univers symbolique des récepteurs ;

### ➤ **Le contexte :**

Le contexte est en premier lieu le cadre dans lequel a lieu la communication. Le contexte peut ne pas être toujours propice à l'apparition d'une communication de qualité :

- Le lieu et le moment (choisis) pour la communication ne sont pas toujours adéquats.
- L'existence de tension, de conflit.

Autres obstacles peuvent être dus aussi à l'environnement où se déroule la communication, tels que :

- Bruit dans la rue, dans le bureau,
- Lieu mal adapté,
- Lieu obscur/aveuglant,
- Lieu trop animé/distraction.

### ➤ **L'espace :**

C'est la distance qui sépare deux individus en situation de communication. Cet espace personnel est délimité ; sa taille varie selon les individus, leur personnalité, leurs relations, et les habitudes culturelles.

Edward Twitchell Hall sociologue américain du 20<sup>ème</sup> siècle, a établi quatre types de distance :

- L'espace intime (0 à 45 cm) : il est réservé aux personnes très proches ;
- L'espace personnel (45 cm à 1,20 m) : c'est la distance à respecter en société ;
- L'espace social (1,20 m à 3,50m) : il est réservé à deux individus qui se connaissent peu ou pas du tout ;
- L'espace public (plus de 3,50m) : l'interlocuteur est face à un groupe ou à une assistance.

**La distance de confort correspond à l'espacement avec lequel nous sommes à l'aise pour communiquer avec notre interlocuteur.**

La distance peut être considérée comme un obstacle à la communication.

### **Les obstacles culturels et sociologiques :**

Certains obstacles sont d'ordre culturel et sociologique : ils touchent les modes de pensée, les valeurs reconnues et acceptées, les opinions, etc.

#### ➤ **La culture de l'émetteur et du récepteur :**

La différence culturelle peut, donner lieu une mauvaise interprétation et donc provoquer à un quiproquo qui peut causer une situation conflictuelle.

Il est indispensable dans la communication de prendre en compte les différentes cultures.

D'une culture à l'autre, beaucoup de choses changent comme le code vestimentaire, la religion, la formation d'étude... pour une bonne communication nous devons respecter ces différences.

#### ➤ **Le niveau de connaissance :**

Le niveau de connaissance et l'outillage intellectuel très souvent lié aux études, quelquefois au milieu socio-économique, peuvent être aussi un obstacle à la communication.

Exemples : utilisation de mots trop compliqués ou non adaptés à l'auditoire. Les participants d'une conférence n'ont pas compris les explications du conférencier.

## ➤ **L'âge**

L'âge, les générations, les niveaux de langage peuvent être différents ; il peut être difficile de trouver des sujets de conversation communs.

Exemple : Il est difficile de trouver des sujets communs de discussion entre des personnes appartenant à des générations différentes (grands parents et petits enfants).

Une personne de 50 ans peut avoir du mal à comprendre les problèmes ou les préoccupations d'une personne plus jeune ; l'inverse est également vrai.

## **Les obstacles liés aux deux interlocuteurs (émetteur et récepteur) : relatifs à la communication para verbale et non verbale.**

Les obstacles à la communication tiennent **aussi à la nature humaine** : chacun veut avoir raison et fait de sa vérité une règle universelle. Or, cette prédisposition mentale de l'individu est en contradiction avec le fondement de la communication : **communiquer, c'est s'ouvrir à l'autre, l'écouter et le comprendre.**

Il est essentiel de bien comprendre que la réalité de la communication est soumise à une autre logique que celle de la réalité physique. Dans la psychologie de la communication, il y a autant de "réalités subjectives" que de personnes en présence.

L'individu, tant émetteur que récepteur, peut par son comportement, sa personnalité, sa nature profonde, être à un instant donné un obstacle à la transmission ou à la réception d'une information et à une bonne communication.

A titre d'exemple, nous pouvons citer :

- Les facteurs para verbaux
  - Les facteurs non verbaux,
  - La préparation insuffisante de l'émetteur et du récepteur
  - Les perceptions et le système de référence des interlocuteurs ;
  - Les à priori et les préjugés
  - La distraction, le retrait sur soi
  - Entendre sans écouter ;
  - Le désir de parler ou d'avoir raison ;
  - Le manque d'intérêt pour les propos émis ;
  - L'appréhension, la timidité et la méfiance.
- **Les facteurs para verbaux qui influencent l'efficacité du message:**
- **Le volume** : Son intensité doit ainsi être adaptée à la taille de notre auditoire, mais aussi aux caractéristiques de la salle où nous nous trouvons.
  - **Le rythme** : Il s'agit de notre débit de paroles.
  - **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. A cet égard, avoir un accent particulier n'est pas une tare.
- **Les facteurs non verbaux qui influencent l'efficacité du message** :
  - **Les silences** :
 

Les interlocuteurs ont du mal à s'écouter ; personne ne prête attention à ce que les autres disent. Chacun veut exprimer ses idées sans réellement porter attention à celles de l'autre.

Quand nous prenons la parole en public, nous avons souvent tendance à ne pas laisser s'exprimer les silences. Soit parce que nous voulons dire trop de choses en trop peu de temps, 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.
  - **Langage corporel**

Les expressions faciales, le langage corporel, les gestes ... sont impliqués dans l'ensemble du processus de communication.

Parfois, notre langage corporel ne se coordonne pas avec ce que nous disons et cela peut provoquer une sorte de facteurs mitigés pour le récepteur.

Le langage corporel constitue un des obstacles les plus fréquents à la communication managériale. Voici quelques données :

    - **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.
    - **Les gestes** :
 

Nos gestes expriment toujours quelque chose. Ils peuvent traduire ce que nous essayons de cacher : notre nervosité, notre gêne par exemple en manipulant un stylo ou des lunettes, en se pinçant le menton. Il s'agit là de gestes parasites qui viennent perturber notre présentation. Ils attirent l'attention de notre auditoire au détriment de son écoute et peuvent vite devenir agaçants.

      - Éviter 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.

### **NB : Les gestes traduisent les émotions**

Quelqu'un qui est émotionnellement mature sera plus capable de communiquer facilement que quelqu'un qui laisse ses émotions prendre le dessus.

#### ➤ **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.

## **Les obstacles liés à la nature humaine des deux interlocuteurs (émetteur et récepteur) :**

Ces obstacles sont généralement liés à la personnalité des deux interlocuteurs en jeu dans la communication.

La personnalité est définie comme l'ensemble des croyances, pensées, émotions, comportements qui constituent l'individualité d'une personne. Elle rend chaque personne spécifique et unique dans sa façon d'agir et de réagir, de ressentir et de penser.

Sa caractéristique principale est d'être stable dans le temps. La personnalité découle du caractère de base (principalement inné) et évoluera tout au long de l'existence en fonction de l'éducation reçue puis des expériences de la vie.

La personnalité comprend l'ensemble des mécanismes psychiques qui nous permettent de nous adapter en permanence à notre environnement, via nos comportements ; c'est là son rôle exact.

### **Nos croyances, notre système de référence, nos représentations peuvent être un problème !**

Nous définissons le monde selon nos propres critères et nos valeurs respectives. Notre éducation familiale et académique, nos expériences vécues forgent notre personnalité et contribuent à poser un jugement sur ce qui doit être fait et ce qui est prioritaire dans la vie. Qu'est-ce qui vous fait croire que votre parcours de vie est meilleur que celui de votre collègue ?

Le monde est vaste et complexe et dépasse notre compréhension totale. Chacun de nous crée son propre monde à partir de sa perception du monde actuel. C'est ce qu'on appelle une « carte mentale ». Au même titre que notre ADN assure notre caractère unique, chaque être humain jouit d'une vision du monde qui lui est propre, appelée « carte du monde pour la PNL ». Nous la sollicitons à chaque instant de notre vie. Elle « conditionne » nos perceptions, elle attire notre attention sur ce qui nous est familier, elle fait que nous pensons et que nous agissons comme nous le faisons.

En résumé, nous vivons tous dans le même monde mais chacun l'expérimente à sa façon. Il y a donc un monde objectif et une multiplicité de mondes subjectifs.

En raison de la nature subjective de nos expériences, **il n'est pas possible de saisir pleinement une réalité objective absolue, ce qui risque de conduire à des problèmes de communication.**

**Parmi les grands problèmes de communication, c'est lorsque nous essayons d'imposer notre vision de la réalité à une autre personne.**

Nous percevons et interprétons le monde via des filtres : filtres sensoriels ou neurologiques (nos cinq sens), filtres socioculturels (notre groupe d'appartenance, nos rites, nos traditions, de notre héritage) et filtres personnels ou individuels (nous, notre histoire, nos expériences, notre enfance, nos figures

parentales, notre éducation). Ils sont les lunettes qui façonnent notre vision du monde et jouent le rôle de l'interprète qui nous le traduit, en donnant du sens à ce que nous percevons.

À travers ces filtres, nous voyons les choses telles que nous les pensons et non telles qu'elles sont réellement.

Pour dire simple, lorsqu'on entre en relation, les informations que nous recevons de notre interlocuteur, sont perçues, interprétées en fonction de notre système de référence qui constitue notre personnalité.

A titre d'exemple : il y a certaines **erreurs fréquentes que nous commettons lorsqu'on communique** :

➤ **Imposer sa propre vision des choses à l'autre :**

Nous avons tendance à supposer que, parce qu'une chose sur notre carte a une signification pour nous, elle aura la même signification pour les autres. Et si ce n'est pas le cas, alors les autres ont tort.

Chacun des interlocuteurs va chercher à imposer son point de vue en faisant pression sur son interlocuteur, ce qui entraîne des blocages ou des résistances.

Selon l'analyse transactionnelle, les décisions sur soi, le monde et nos relations aux autres sont cristallisées dans une position de vie qui reflète la valeur que l'on se donne à soi-même et aux autres.

En quelque sorte, chacun de nous possède déjà certaines certitudes sur lui-même et le monde qui l'entoure, certitudes qu'il va sans doute conserver tout au long de sa vie et que l'on peut résumer comme suit : je suis ok ou je ne suis pas ok, vous êtes ok ou vous n'êtes pas ok".

La position adoptée Elle peut être positive (OK +) ou négative (OK -).

➤ **Présumer que l'autre a compris**

Tout est une question d'interprétation. Ce n'est pas seulement ce que l'on dit qui est important, mais surtout ce que l'autre comprend. Gardez en tête que l'intention n'égale pas toujours le résultat.

➤ **Être dans une posture d'attaque**

En abordant une communication avec agressivité, vous obtiendrez généralement deux résultats : soit votre interlocuteur répondra en retour avec agressivité, soit il se renfermera. Dans ces deux cas, ce sont des situations à éviter.

**Obstacles liés aux types (profils) de personnalité :**

Il existe différents types de personnes. Deux individus qui se rencontrent, tous deux étant différents, peuvent devenir un obstacle à la communication.

Il existe plusieurs types de personnalité. Quoi qu'il en soit, chaque type de personnalité a son mode de communication et son comportement.

Des mauvais comportements, tels que l'égoïsme, l'égoïsme peuvent générer une perte de discussion.

**A titre d'exemple :** Les **introvertis** ou les **extravertis** n'utilisent pas les mêmes moyens pour communiquer.

Un extraverti tire son énergie du monde extérieur, alors qu'un introverti tire son énergie de son monde intérieur. Les extravertis projettent leur énergie sur le monde et les personnes qui les entourent : ils sont sociables, actifs et expressifs. Les introvertis ont une énergie concentrée en eux-mêmes, se trouvant ainsi en lien avec les pensées, émotions et actions : ils sont réservés, discrets et réfléchis.

De manière générale, les extravertis sont naturellement plus actifs, expressifs et sociables, alors que les introvertis sont plutôt réservés et discrets.



