



الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة وهران للعلوم والتكنولوجيا محمد بوضياف

République Algérienne Démocratique et Populaire
Ministère de l'Enseignement Supérieur et de la Recherche Scientifique
Université des Sciences et de la Technologie d'Oran Mohamed Boudiaf

Faculté d'Architecture et de Génie Civil

Département de Génie Civil

1^{re} ANNEE DE MASTER EN GENIE CIVIL
OPTION : TRAVAUX PUBLIC

COURS EN LIGNE DE

**COMMUNICATION ET
TECHNIQUE D'EXPRESSION**

PRESENTE PAR

Dr. AATTACHE AMEL

Maître de conférences classe A

Préambule

La formation de master en travaux public comporte un volet essentiel dans la formation, celui dédié à la "Communication et Techniques d'Expression". Dans le domaine des travaux publics, la réussite d'un projet ne se limite pas uniquement à l'application de compétences techniques avancées. Elle repose également sur la capacité à communiquer de manière efficace, à comprendre les enjeux relationnels, et à transmettre clairement ses idées.

Ce cours a été soigneusement conçu pour permettre d'acquérir les compétences communicationnelles indispensables à la réussite d'une carrière futur dans le domaine des travaux publics. Les différentes facettes de la communication seront exploitées, de la rédaction technique à la présentation orale, en mettant l'accent sur l'importance de la clarté, de la précision et de la persuasion dans la transmission d'informations complexes.

Ce cours permettra de développer les compétences en communication écrite et orale, d'apprendre à structurer les idées de manière convaincante, et de maîtriser les outils nécessaires pour communiquer efficacement avec des partenaires, des équipes et des parties prenantes variées. Aussi, il constituera un atout majeur dans le parcours académique et professionnel en dotant des compétences nécessaires pour se démarquer dans un secteur où la collaboration et la communication jouent un rôle central.

Le contenu de ce cours est conforme au programme officiel émis par le ministère de l'enseignement supérieur et de la recherche scientifique. A travers les différents chapitres, les étudiants exploreront conjointement les subtilités de la communication dans le contexte spécifique des travaux publics, en les préparant ainsi à relever avec confiance les défis inhérents à ce domaine dynamique.

Mots-clés : Communication-feed-back-communication verbale-communication non-verbale-interactions.

Programme du cours

Unité d'enseignement: UET
Matière: Communication et Technique d'expression
VHS: 22h30 (TP : 1h30)
Crédits: 1
Coefficient: 1

Objectifs de l'enseignement:

Cet enseignement vise à développer les compétences de l'étudiant, sur le plan personnel ou professionnel, dans le domaine de la communication et des techniques d'expression.

Connaissances préalables recommandées:

Langues (Arabe ; Français ; Anglais)

Contenu de la matière :

Chapitre 1: Rechercher, analyser et organiser l'information (3 semaines)

outils et ressources documentaires, Comprendre et analyser des documents, Constituer et actualiser une documentation.

Chapitre 2: Améliorer la capacité d'expression (3 semaines)

Prendre en compte la situation de Communication, Produire un message écrit, Communiquer par oral, Produire un message visuel et audiovisuel.

Chapitre 3: Améliorer la capacité de communication dans des situations d'interaction (3 semaines)

Analyser le processus de communication Interpersonnelle, Améliorer la capacité de communication en face à face, Améliorer la capacité de communication en groupe.

Chapitre 4: Développer l'autonomie, la capacité d'organisation et de communication dans le cadre d'une démarche de projet (6 semaines)

Exposé d'un compte rendu d'un travail pratique (Devoir à domicile).

Mode d'évaluation:

Contrôle Continu: 100%

Références bibliographiques:

Jean-Denis Commeignes 12 méthodes de communications écrites et orale – 4ème édition, Michelle Fayet et Dunod 2013.

Denis Baril ; Sirey, Techniques de l'expression écrite et orale ; 2008. 3- Matthieu Dubost Améliorer son expression écrite et orale toutes les clés ; Edition Ellipses 2014.

Sommaire

Préambule.....	1
Programme.....	2
Chapitre 1 : Recherche, analyse et organisation de l'information.....	5
I. Introduction.....	6
I.1. Identification du type de travail et évaluation du temps requis.....	7
I.1.1. Analyse du sujet.....	7
I.1.2. Ecriture des équations de recherche ou collecte d'informations.....	9
I.1.3. Evaluation des résultats et des sources.....	12
I.1.4. Citer les références.....	13
I.1.5. Traitement de l'information.....	13
I.1.6. Transmission de l'information.....	14
Chapitre 2 : Amélioration de la capacité d'expression.....	15
II. Introduction.....	16
II.1. La communication.....	16
II.2. Les différentes formes de communication.....	22
II.3. Règles de base de la communication écrite.....	24
II.4. Règles de base de la communication orale.....	26
II.4.1. Types de communication	26
II.5. Produire un message visuel et audiovisuel.....	30
II.5.1. Produire un message visuel.....	30
II.5.2. Produire un message audiovisuel.....	32
Chapitre 3 : Amélioration de la capacité de communication dans des situations d'interaction	34
III. Introduction.....	35
III.1. Analyser le processus de communication interpersonnelle.....	35
III.1.1. Principes de la communication interpersonnelle.....	35
III.1.1.2. Communication par comportement.....	37
III.1.1.3. Le contenu et la relation.....	38

III.1.1.4. L'intention dans la communication.....	39
III.1.1.5. La communication digitale et analogique.....	39
III.1.1.6. La différence en communication.....	40
III.2. Critère d'efficacité d'une communication interpersonnelle.....	41
III.3. Amélioration de la communication en face à face.....	42
III.4. Amélioration de la capacité de communication en groupe.....	44
III.4.1. Communication en groupe	45
III.4.2. Améliorer la capacité de communication de groupe.....	46
Chapitre 4 : Développement de l'autonomie, de la capacité d'organisation et de la communication dans le cadre d'une démarche de projet.....	49
IV. Introduction.....	50
IV.I. Thèmes abordés	50
Conclusion.....	52
Références bibliographique.....	53

Chapitre 1: Recherche, analyse et organisation de l'information



II. Introduction

L'avènement d'Internet a révolutionné la manière dont nous accédons à l'information et a ouvert les portes à une abondance sans précédent de données et de ressources. Cette profusion de résultats disponibles en ligne a profondément modifié la façon dont les travaux scientifiques sont menés et exploités. À une époque où la connaissance est à portée de clic, il est primordial de comprendre comment naviguer dans cet océan d'informations pour en tirer le meilleur parti dans le cadre de travaux scientifiques.

L'abondance des résultats trouvés sur Internet offre plusieurs avantages aux chercheurs et scientifiques. Tout d'abord, elle permet un accès rapide et facile à une grande variété de sources, allant des articles de recherche aux bases de données en passant par les publications pré-imprimées. Cela élargit considérablement la portée des domaines d'étude possibles et offre la possibilité d'explorer des sujets interdisciplinaires. De plus, l'accès en ligne élimine les barrières géographiques et temporelles, permettant aux chercheurs du monde entier de collaborer et de partager leurs travaux plus efficacement que jamais.

Cependant, cette abondance d'informations pose également des défis. La véracité et la fiabilité des sources en ligne peuvent varier considérablement, et il est crucial pour les chercheurs de développer des compétences de discernement pour évaluer la qualité des informations qu'ils trouvent. Les biais, les informations erronées et les théories non validées peuvent être diffusés rapidement en ligne, ce qui souligne l'importance d'une analyse critique rigoureuse.

Pour exploiter au mieux ces ressources dans le cadre d'un travail scientifique, il est essentiel de suivre certaines étapes clés. Tout d'abord, il est crucial de définir des critères de recherche spécifiques afin d'obtenir des résultats pertinents. Ensuite, il est recommandé d'utiliser des sources fiables provenant d'institutions académiques, de revues scientifiques réputées et de bases de données spécialisées. L'évaluation minutieuse de la qualité des informations est une étape primordiale, impliquant l'analyse de la méthodologie, des sources citées et de la crédibilité des auteurs. En croisant les informations provenant de différentes sources, il est possible d'obtenir une vue plus complète du sujet étudié. L'intégrité intellectuelle est essentielle, c'est pourquoi il est important de citer correctement les sources selon les normes de citation appropriées. Enfin, une attitude critique envers les informations rencontrées en ligne permet aux chercheurs d'aborder les résultats avec discernement, en remettant en question les biais potentiels et en évaluant la validité des arguments présentés. En respectant ces étapes, les

chercheurs peuvent exploiter au mieux les opportunités offertes par l'abondance d'informations en ligne tout en maintenant des normes élevées de rigueur scientifique.

I.1. Identification du type de travail et évaluation du temps requis

L'objectif premier de cette section est de fournir une méthodologie pour la recherche bibliographique, basée sur les étapes suivantes :

1. Analyse du sujet : préciser le domaine de recherche ;
2. Acquisition de l'information : sélectionner les sources à consulter et les outils de repérage pertinents ;
3. Évaluation des sources : examiner les catalogues, les bases de données et le site web en évaluant soigneusement les sources ;
4. Citer les références : assurer une citation adéquate des sources pour éviter le plagiat;
5. Traitement de l'information : organiser, hiérarchiser les notes prises, structurer et synthétiser les connaissances acquises ;
6. Transmission de l'information : partager les connaissances par écrit (rapport, thèse, mémoire, etc.) ou de manière orale (présentation orale).

I.1.1. Analyse du sujet

La première étape consiste à approcher le sujet globalement. Il faut délimiter ainsi le cadre de réflexion du sujet. Dans un premier temps, il est essentiel de se poser des interrogations concernant les besoins d'information en procédant à l'analyse du sujet et en circonscrivant les limites de la recherche. À cet effet, il est recommandé d'adopter la méthode 3QPOC : celle-ci représente une approche empirique d'interrogation qui vise à affiner au maximum l'objet d'une investigation. Elle s'efforce de répondre aux interrogations suivantes : QUOI, QUI, QUAND, POURQUOI, OÙ et COMMENT. Voici des exemples d'application de la méthode 3QPOC :

Quoi	Quel est le sujet de ma recherche ?	Physique
	De quoi s'agit-il ?	Loi de gravité
Qui ?	Qui est le savant ? L'inventeur ?	Newton
Quand	De quelle période temporelle parle-t-on ?	Années 1700
	Dates-clés ? découverte, publication, lancement ?	5 juillet 1687
Pourquoi	Quelles sont les raisons de l'existence de ce sujet ?	raisonnement de tombée d'une pomme
	A quoi sert-il ? Pourquoi une telle création ?	loi d'attraction entre les corps
Où ?	Quelle est la délimitation géographique de la recherche	Royaume Unis
	Quel lieu / région est concerné(e) ?	Internationale
Comment	Comment a-t-elle été découverte ?	Grâce à une expérience
	Quel est le fonctionnement ?	Scientifique

a. Evaluation des sources

L'objet de cette démarche consiste à discerner et ordonner les sources ayant le potentiel d'offrir les données sollicitées. Ces sources présentent des variations en accord avec le domaine d'étude, et l'étape préalable vise à focaliser l'attention sur les sources les plus appropriées à la recherche entreprise.

b. Mise en Œuvre de la recherche

De manière périodique, l'acquisition de données ou de documents impératifs exige l'utilisation préalable d'instruments tels que les répertoires de données, les répertoires bibliographiques, ainsi que des mécanismes de recherche (distincts de ceux présents sur Internet). À cet effet, les étapes suivantes doivent être entreprises :

- **Formulation du sujet**

Dans la question de « recherche documentaire », il faut traduire chaque idée maitresse en concept, puis associer chaque concept à des mots-clés pour élaborer l'équation de recherche. Parce que le langage parlé n'est pas toujours adapté aux outils de recherche documentaire, il est nécessaire de traduire le sujet de la recherche par des mots-clés.

La question

« Quels sont les bétons innovants pour une construction écologique en Afrique du Nord ? »

Les concepts

Concept 1 : bétons innovants (développement)

Concept 2 : écologique

Concept 3 : Afrique du Nord

Pour identifier les concepts :

- Retenir les seuls mots ou expressions pertinents
- Rejeter les termes de relation entre les idées : facteur, effet, impact, conséquence, cause...
- Rejeter les mots qui n'apportent pas d'information supplémentaire : caractérisation, contribution, étude, tendance, enjeu...
- Consulter un dictionnaire des synonymes; ex: Marketing = Mercatique
- Penser aux termes génériques et/ou spécifiques ; ex: Machine synchrone = machines à courant alternative = machines électriques
- Eviter les mots-vides, comme les articles, les pronoms ou les conjonctions de coordination ; ex : Le, La, Les, Du, De, Des, Il...

- **Les mots-clés**

Un mot-clé est un terme qui va désigner de façon claire et précise un thème ou une notion, et traduire l'objet de la recherche. Il se présente généralement au singulier, sans déterminant. Plusieurs mots-clés peuvent être nécessaires pour traduire tous les aspects de la recherche. Leur combinaison permet ainsi de formuler des requêtes lors de l'interrogation d'une base de données.

I.1.2. Ecriture des équations de recherche ou collecte d'informations

L'objectif est de regrouper les mots-clés définis précédemment pour créer une requête. Étant donné que chaque outil fonctionne avec son propre langage d'interrogation, il est recommandé de connaître les règles à suivre. En effet, une requête claire (en accord avec les règles) produira des résultats pertinents. En résumé, poser une requête revient à combiner les mots-clés à l'aide des opérateurs de recherche.

- **Les guillemets** permettent de restreindre la recherche à une expression exacte c'est-à-dire des mots qui se suivent et dont il est important de préserver l'ordre. *Ex : "contrat de travail", "liaison ionique"*.
- **La troncature** remplace un nombre illimité de caractères en fin ou en début de mot. Utilisée à bon escient, c'est une formule gagnante à tout point de vue: gain de temps, moins de fautes de frappe et, en prime, un résultat plus complet tenant compte notamment des genres et nombres des termes. *Par exemple : **journalis*** lance une recherche sur Journalism - journalisme - journalismes - journalist - journalists - journaliste – journalistes.*
- **opérateurs booléens (ou logiques)** : connecteurs servant à relier les mots d'une équation afin de délimiter la recherche. Ces connecteurs peuvent être traduits différemment selon les outils de recherche (et/and ; ou/or ; sauf/not).

L'opérateur AND (ET) réduit les résultats d'une recherche en ne conservant que les documents qui traitent des deux sujets à la fois. L'ordre des termes n'a pas d'importance. *Ex: Bernouilli et mécanique.*

L'opérateur OR (OU) donnera les documents traitant de l'un, de l'autre ou des deux sujets à la fois. L'ordre dans lequel on encode les termes n'a pas d'importance. *Ex : Bernouilli ou mécanique.*

L'opérateur NOT (SAUF) donnera des documents traitant d'un sujet, à l'exclusion du second terme. *Ex : Bernouilli SAUF mécanique.*

Il est possible d'améliorer la recherche en faisant appel aux fonctionnalités avancées que les outils proposent. La « recherche avancée » donne alors accès à des critères de recherche tels que :

- **la date** : permet de restreindre la recherche à des données plus ou moins récentes
- **format du document** : permet de restreindre la recherche à une certaine extension (PDF, bmp, doc, JPG, etc.)
-

a. Le type de documents

Il dépend du niveau et de la nature de l'information recherchée :

- **Les dictionnaires et encyclopédies** : utiles pour comprendre le sujet et le préciser, surtout lorsqu'il s'agit de concepts nouveaux.

- **Les livres ou monographies** pour approfondir la recherche. Sont inclus dans cette catégorie :

- les manuels, qui font le point sur une question,
- les mementos, qui permettent de se faire une idée rapide sur un sujet,
- les précis, qui approfondissent un aspect de la question,
- Les actes de colloques, qui sont les comptes-rendus d'un congrès.

- **Les périodiques généralistes ou spécialisés** : ils permettent de se tenir informé des derniers résultats de la recherche ;

- **Thèses, mémoires, rapports de recherche** : d'un haut niveau scientifique, ils sont appropriés pour traiter un sujet pointu ;

- **Documents spécifiques** (cartes, brevets, images, données statistiques, etc.) : leur usage dépendra du domaine disciplinaire ou de l'approche choisie pour traiter un sujet ;

- **La documentation officielle** : c'est l'ensemble des documents officiels édités par l'État (lois, décrets, règlements, marchés publics, associations, etc.).

b. Le type de ressources

Il va dépendre de la nature du sujet et du type de document recherché :

- **Les catalogues de bibliothèques** : pluridisciplinaires, ils sont incontournables pour trouver de la documentation papier.

- **Les ressources du Web** : elles sont innombrables mais leur qualité est extrêmement variable.

- Site d'un centre de recherche
- Site d'un congrès ou colloque contenant les textes ou résumés des communications
- Revue en accès libre

- Revue avec accès gratuit aux tables des matières et résumés seulement
- Banque de données de brevets
- Répertoire ou archive de mémoires et thèses
- Banque de données scientifiques (données de recherche)
- Manuel pour l'enseignement (textbook)
- Catalogue de bibliothèque
- Banque de données bibliographiques
- Moteurs de recherche généraux : Google, Yahoo, etc...
- Moteurs de recherche spécialisés en sciences : Google Scholar
- Métamoteurs de recherche spécialisés en sciences : ScienceResesarch.com
- Recherche de citations :Scopus, Thomson Reuters

I.1.3. Evaluation des résultats et des sources

Il est intéressant de lancer la requête une première fois afin de vérifier la pertinence des résultats et d'ajuster les critères de recherche. La recherche dans les mots du résumé élargit le nombre de résultats mais peut éloigner du sujet principal. Dans une première étape, préférez la recherche dans les mots-clés et les mots du titre. Puis, selon le nombre de résultats, élargissez aux mots du résumé. Cette dernière étape est essentielle puisqu'elle valide la qualité et la pertinence des informations collectées. Seules les informations répondant positivement à ces deux critères sont à exploiter. Parmi toutes les informations collectées, afin de ne conserver que celles qui font preuve de qualité, ci-dessous les points à vérifier :

- Crédibilité de l'information : l'auteur et sa réputation.
- L'auteur est-il mentionné ? Quelle est son expertise ? Est-il souvent cité dans d'autres
- Parutions abordant le même sujet ? La syntaxe du document est-elle crédible ?
- Exactitude de l'information : vérifiabilité de l'information.
- Les informations communiquées sont-elles rigoureuses et documentées ?
- Les sources sont-elles vérifiables ? Les faits sont-ils vérifiés ? Les droits d'auteur respectés ?
- Le document est-il officiel ?
- Finalité de l'information : information subjective ou objective.
- L'auteur cherche-t-il à convaincre ou informer ?
- Emet-il un avis général ou personnel ?

- Fraîcheur de l'information : date de publication.
- Les mises à jour sont-elles régulières ?
- Les publications sont-elles récentes ?

I.1.4. Citer les références

Une citation implique de citer ou de reproduire les paroles d'une personne, empruntées à un auteur ou à une autorité. Son utilité réside dans la prévention du plagiat et dans les avantages suivants :

- Observer les droits de propriété intellectuelle (respecter les droits d'auteur).
- Conférer de la légitimité au travail (apporter de la crédibilité au travail)
- Démontrer une précision méthodologique (illustrer une rigueur scientifique)
- Offrir aux lecteurs la possibilité de remonter aux origines (permettre aux lecteurs de retracer les sources).

Lorsqu'on effectue une recherche, il est essentiel d'indiquer l'origine des citations à deux endroits distincts :

- Dans le texte, les citations sont reproduites de manière concise (appelées citations en ligne), et peuvent être identifiées :
 - Soit en mentionnant l'auteur avec son(s) nom(s), c'est-à-dire le nom du premier auteur suivi de "et al." pour les auteurs suivants, suivi de l'année de publication entre parenthèses.
 - Soit en utilisant un numéro correspondant à une liste de références.
- Dans la section des références bibliographiques, les détails complets de la source sont fournis pour permettre aux lecteurs de localiser l'ouvrage original.

I.1.5. Traitement de l'information

Au cours de cette phase, les données pertinentes obtenues sont exploitées, elles sont soumises à une analyse approfondie, puis on procède à une consolidation. Cette étape peut être structurée selon les étapes suivantes :

- La collecte, au sein des sources, des pages renfermant toutes les données essentielles requises pour l'examen du thème.
- La sélection des données, en ne retenant que les éléments les plus captivants et expressifs.
- Adapter la portée du thème en fonction du surplus d'information ou des complexités dans l'identification des références.
- Prendre des notes : Éviter la simple recopie des contenus des sources en respectant une formulation originale.
- Citer les sources de référence employées.
- Traiter les informations, les reformuler et répondre de manière adéquate à l'objet de la recherche.
- Réfléchir aux liens qu'il faut établir entre les différentes parties du travail et construire un plan cohérent.

I.1.6. Transmission de l'information

L'échange d'informations peut s'effectuer à travers la rédaction (rapport, thèse, mémoire, etc.) ou de manière verbale (présentation orale). L'organisation de cette phase se déroule de la manière suivante :

- Compiler l'ensemble des ressources disponibles (question de départ, fiches de notes de lecture).
- Composer le travail en utilisant un langage clair et intelligible, à partir des fiches de lecture et en respectant une structure logique.
- Examiner la progression cohérente de mes paragraphes.
- J'évite de paraphraser d'une manière trop proche.

Chapitre 2: Amélioration de la capacité d'expression



II. Introduction

L'amélioration de la capacité d'expression est un objectif essentiel pour quiconque aspire à une communication efficace et influente. Que ce soit dans le cadre personnel, académique, professionnel ou même dans nos interactions quotidiennes, notre aptitude à exprimer nos idées, pensées et émotions de manière claire, précise et convaincante joue un rôle central. Une expression améliorée permet non seulement de mieux se faire comprendre, mais aussi d'influencer positivement les autres, de renforcer la confiance en soi et de créer des liens plus forts avec les personnes qui nous entourent. Dans cette perspective, cette quête d'amélioration de la capacité d'expression revêt une importance capitale. En examinant les différentes facettes de cette compétence cruciale, les avantages qu'elle procure et les méthodes pour la développer de manière significative.

II.1. La communication

La communication revêt diverses facettes, mais son essence demeure la même : elle englobe l'acte de communiquer, d'établir des liens avec autrui et de transmettre un message. Cela englobe également l'ensemble des moyens et des techniques utilisés pour diffuser un message à un public, qu'il soit vaste et diversifié. De plus, elle englobe l'action d'informer et de promouvoir une activité, tout en maintenant une image, quels que soient les moyens médiatiques employés. Elle s'étend à l'ensemble du règne vivant, qu'il s'agisse de communication interpersonnelle, de groupe, de masse, de communication intra- ou inter-espèces, ou même de télécommunications et de nouvelles technologies dans le contexte des machines.

Lorsque nous transmettons un message, qu'il soit oral ou écrit, nous nous inscrivons dans une situation de communication. En réalité, la socialisation de l'individu est intrinsèquement liée aux échanges qu'il entretient avec son environnement. En d'autres termes, l'acte de communiquer favorise la socialisation de l'individu.

Grâce à l'arsenal de moyens de communication à notre disposition, notre planète s'est transformée en un village mondial. Il est désormais possible de prendre connaissance des événements se déroulant à l'autre bout du globe presque instantanément. Cependant, malgré la rapidité croissante de la transmission de l'information et la profusion de techniques et de

Chapitre 2: Améliorer la capacité d'expression

moyens, il ne faut pas confondre la rapidité technique avec la rapidité de la communication. Il est erroné de supposer que la maîtrise d'une technique implique automatiquement une aptitude à communiquer. En réalité, bien que les outils de communication se soient considérablement développés, les obstacles à une communication efficace se sont également multipliés : Sur nos téléphones portables, par exemple, nous pouvons voir l'identité de l'appelant et choisir de ne pas répondre si nous ne souhaitons pas entrer en communication avec cette personne. Autrefois, regarder la télévision était une activité familiale, mais aujourd'hui, chacun possède sa propre télévision et regarde des programmes différents de manière individuelle.

a. Le schéma de la communication

Quelle que soit la forme qu'elle prenne (texte, image, musique...), la communication s'établit toujours suivant les mêmes repères. Cette situation peut s'illustrer par le schéma suivant, imaginé par Jakobson en 1963.

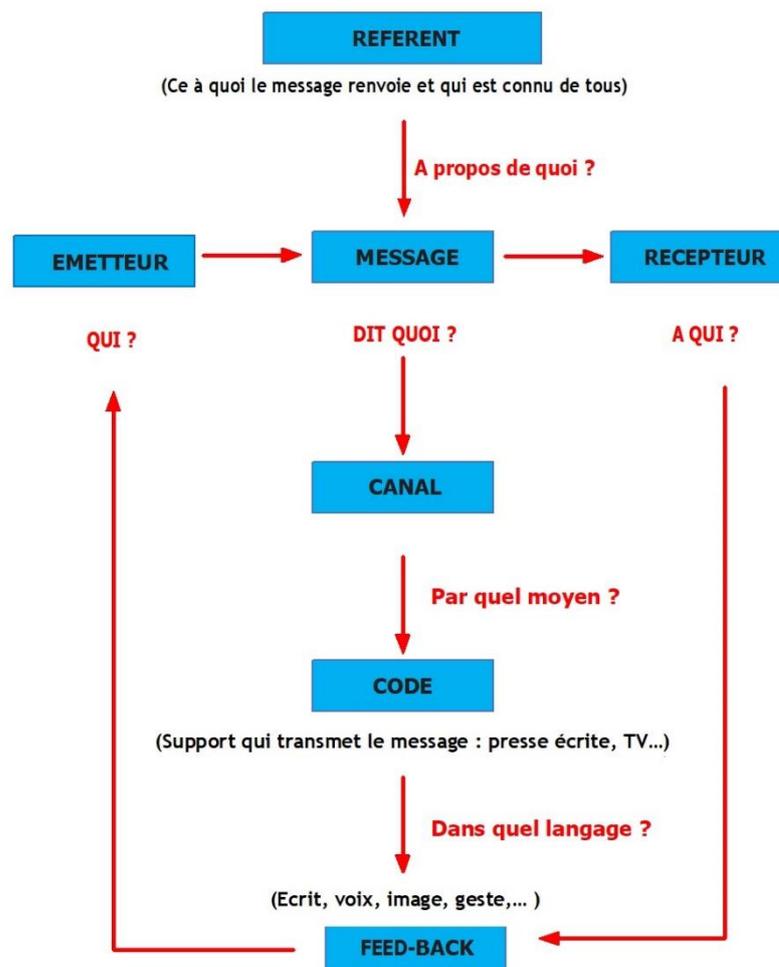


Figure 1 : Schéma de la communication

Chapitre 2: Améliorer la capacité d'expression

Signification du schéma :

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** est 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 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...)
- 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**. Le feed-back peut être :

- Non verbal : gestes – mimiques – attitudes
- Verbal : spontané / sollicité

On différencie trois formes de feedback :

- **Le feed-back positif** : qui va dans le sens de la communication en l'encourageant ou en l'amplifiant ou, au contraire, un énervement répondant à un énervement et qui va l'accentuer.
- **Le feed-back négatif** : qui freine, régule ou stoppe la communication. Les messages de désapprobation, les demande de correction, de reformulation, de précision d'informations...
- **L'absence de feed-back** : elle en est un si le feedback est attendue, mais elle mais elle est difficilement interprétable et constitue ainsi un frein à la communication.

Chapitre 2: Améliorer la capacité d'expression

b. Comprendre la communication : Rôles et comportements de l'émetteur et du récepteur

Pour l'émetteur

Il doit transmettre un bon message lors d'une communication, il est essentiel de prendre en compte plusieurs points clés :

- **Clarté de l'objectif** : l'émetteur doit avoir une compréhension claire de ce qu'il souhaite communiquer et de l'objectif de la communication.
- **Connaissance de l'auditoire** : il est important de connaître le public ou le récepteur pour adapter le message en fonction de son niveau de compréhension, de ses besoins et de ses attentes.
- **Structuration du message** : le message doit être bien structuré, avec une introduction, un développement et une conclusion claire. Utiliser une séquence logique pour organiser les idées.
- **Utilisation de langage approprié** : l'émetteur doit utiliser un langage adapté au public, éviter les jargons complexes ou les termes techniques inutiles, et s'exprimer de manière claire et concise.
- **Choix des canaux de communication** : sélectionner le canal de communication le plus approprié (oral, écrit, visuel, etc.) en fonction du message et du public visé.
- **Expression non verbale** : l'expression faciale, la gestuelle et la posture corporelle de l'émetteur doivent être cohérentes avec le message pour renforcer sa compréhension et sa crédibilité.
- **Écoute active** : pendant la communication, l'émetteur doit être attentif aux signaux verbaux et non verbaux du récepteur pour ajuster sa communication en conséquence.
- **Simplicité et concision** : éviter les discours longs et compliqués. Opter pour la simplicité et la concision pour rendre le message plus accessible.
- **Écoute et rétroaction** : après avoir transmis le message, l'émetteur doit encourager le récepteur à poser des questions, à donner des retours d'information et à clarifier tout point confus.

Chapitre 2: Améliorer la capacité d'expression

- **Empathie** : comprendre les besoins et les émotions du récepteur. Montrer de l'empathie pour renforcer la relation et la compréhension mutuelle.
- **Adaptabilité** : être prêt à ajuster le message si le récepteur montre des signes de confusion ou de désaccord. Être flexible dans votre approche.
- **Authenticité** : être honnête et transparent dans la communication. Les messages authentiques sont souvent mieux reçus.

En suivant ces points, un émetteur peut améliorer considérablement sa capacité à transmettre un bon message et à assurer une communication efficace avec le récepteur.

Pour le récepteur

le récepteur doit adapter un comportement pour bien comprendre le message :

- **Écoute active** : le récepteur doit être attentif au message de l'émetteur en prêtant une écoute active, ce qui implique de se concentrer sur le contenu du message et de minimiser les distractions.
- **Questionnement** : poser des questions pour obtenir des clarifications ou des éclaircissements lorsque quelque chose n'est pas clair dans le message.
- **Compréhension** : s'efforcer de comprendre le message dans son ensemble, y compris le contexte, les détails et les implications.
- **Feedback** : fournir des retours d'information à l'émetteur pour confirmer la compréhension, exprimer des préoccupations ou poser des questions supplémentaires si nécessaire.
- **Patience** : être patient et ne pas sauter trop rapidement aux conclusions, en particulier si le message est complexe ou ambigu.
- **Adaptabilité** : être prêt à ajuster sa propre communication en fonction de ce qui est transmis par l'émetteur, ce qui peut inclure des ajustements en fonction des signaux verbaux et non verbaux.

Chapitre 2: Améliorer la capacité d'expression

- **Esprit critique** : appliquer un esprit critique pour évaluer le message et discerner toute éventuelle partialité, incohérence ou biais.
- **Feedback constructif** : si nécessaire, fournir un feedback constructif à l'émetteur pour améliorer la qualité de la communication.
- **Respect** : respecter l'émetteur en écoutant activement et en évitant les interruptions ou les jugements hâtifs.
- **Rétention** : s'efforcer de retenir les informations importantes pour pouvoir les rappeler ultérieurement.
- **Expression non verbale** : utiliser une expression faciale et une posture corporelle appropriées pour montrer que l'on est attentif et engagé dans la communication.
- **Empathie** : essayer de comprendre les émotions ou les points de vue de l'émetteur pour favoriser une communication plus empathique et efficace.

En mettant en pratique ces points, le récepteur peut jouer un rôle actif dans la communication et contribuer à une compréhension mutuelle et à une interaction efficace avec l'émetteur.

En conclusion, une meilleure communication repose sur la capacité à établir une connexion authentique entre l'émetteur et le récepteur. Cela implique une compréhension mutuelle, une écoute active et l'expression claire des idées. L'émetteur doit être conscient de son public et présenter son message de manière accessible, tandis que le récepteur doit faire preuve d'attention, de respect et de curiosité pour comprendre pleinement le message. L'utilisation d'un langage simple, de l'empathie, et la volonté de poser des questions pour clarifier les points flous sont des éléments clés de cette relation de communication réussie. En somme, une communication efficace consiste à construire un pont entre deux esprits, favorisant ainsi une meilleure compréhension, une collaboration fructueuse et des relations plus solides.

II.2. Les différentes formes de communication

La communication peut prendre de nombreuses formes en fonction du contexte, des médias et des participants. Voici quelques-unes des principales formes de communication :

1. Communication verbale

La communication verbale désigne l'ensemble des éléments d'information transmis par la voix. Il s'agit de communiquer d'une manière structurée et codifiée d'exprimer une idée, un besoin, un désir, etc. C'est une manière directe et spontanée de s'adresser à l'autre. Elle comprend :

- **La communication orale** : conversation, discussion, présentation, discours, etc.
- **La communication écrite** : courriels, lettres, rapports, articles, etc.

2. Communication non verbale

La communication non verbale désigne l'ensemble des éléments d'information non transmis par la voix lors d'une situation de communication. On admet généralement que le non verbal représente au moins la moitié des éléments transmis en situation de communication de face à face. Il peut s'agir :

- **Du langage corporel** : gestes, expressions faciales, posture, mimiques, etc.
- **D'une communication visuelle** : schémas, graphiques, infographies, etc.
- **Les changements biométriques inconscients** : rougeur,...

3. Communication visuelle

- **Graphiques et images** : diagrammes, tableaux, photographies, etc.
- **Graphiques et vidéos** : clips vidéo, présentations visuelles, infographies animées, etc.

4. Communication numérique :

- **Réseaux sociaux** : Facebook, Twitter, Instagram, etc.
- **Messagerie instantanée** : WhatsApp, Slack, Messenger, etc.
- **Vidéoconférence** : Zoom, Microsoft Teams, Google Meet, etc.
- **E-mails** : communication par courriel électronique.

Chapitre 2: Améliorer la capacité d'expression

- **Sites Web** : sites Internet, blogs, forums en ligne, etc.

5. Communication interpersonnelle :

- **Face à face** : interaction en personne entre deux ou plusieurs personnes.
- **Téléphone** : conversations téléphoniques.

6. Communication de groupe

C'est une communication qui se fait au sein d'un groupe. Les situations de groupe sont complexes et multiples. Le responsable du groupe peut avoir une attitude autoritaire, ou au contraire un laisser-faire :

- **Réunions** : réunions en personne ou virtuelles.
- **Conférences** : événements de communication formels.
- **Ateliers** : sessions de travail interactives.

7. Communication de masse

Elle s'adresse à un vaste public, une vaste audience, non homogène, anonyme, et dispersés :

- **Médias traditionnels** : télévision, radio, journaux, magazines, etc.
- **Médias numériques** : sites d'information en ligne, podcasts, webinaires, etc.

8. La communication scientifique

- **Articles scientifique**
- **Présentation en colloque, livres**
- **Mémoires et thèses**

Ces différentes formes de communication sont utilisées dans divers contextes pour transmettre des informations, des idées, des émotions et des messages à un public cible. Chacune a ses propres règles, normes et avantages, et le choix de la forme de communication dépend du but, du public et du contexte.

II.3. Règles de base de la communication écrite

La communication écrite est une forme essentielle de transmission d'informations, d'idées et de messages à travers le texte écrit. Elle englobe une variété de supports, allant des courriels et des lettres aux articles, aux rapports et aux documents officiels. La communication écrite est largement utilisée dans le monde professionnel, académique et personnel pour partager des connaissances, documenter des faits, échanger des points de vue et créer un enregistrement permanent de l'information. Elle repose sur la clarté, la précision et la capacité à exprimer des idées de manière efficace et compréhensible pour le public cible. La maîtrise de la communication écrite est une compétence précieuse dans de nombreux domaines de la vie quotidienne. La communication écrite se caractérise par :

1. **La virtualité du destinataire** (les interlocuteurs n'ont pas besoin d'être proches physiquement), et par un retour non immédiat du feedback.
2. **Des spécificités rédactionnelles** : structuration logique, lisibilité soutenant l'attention du lecteur, qualité de l'expression écrite ; Il faut tenir compte de la:
 - **Clarté** : s'exprimer de manière claire et concise pour que le lecteur comprenne facilement le message.
 - **Structure** : organiser le texte avec une introduction, un développement et une conclusion logiques.
 - **Orthographe et grammaire** : éviter les erreurs d'orthographe et de grammaire, car elles peuvent entraver la compréhension.
 - **Vocabulaire approprié** : utiliser un langage adapté au public cible et éviter le jargon inutile.

3. **Des spécificités liées à la forme** : règles de mise en forme, respect d'une charte graphique d'entreprise, mentions obligatoires sur un document commercial.

Exemples : rédaction de notes de service, lettres, comptes rendus, procès-verbaux, affiches, journaux d'entreprise; réalisation de l'annuaire de l'entreprise.

4. **Structurer le texte**

Faire un plan, pour aider à choisir et hiérarchiser les informations : ordre chronologique, du particulier au général, des faits aux opinions, des observations au diagnostic, de l'essentiel au détail :

Chapitre 2: Améliorer la capacité d'expression

- **L'introduction** rappelle l'objet de la correspondance : elle se place au début du texte à l'endroit où est présenté le sujet ou le thème principal abordé. L'introduction vise à capter l'attention du lecteur et à lui donner une idée de ce qu'il peut attendre de la suite du texte.
- **Le développement** fournit des explications ou expose les arguments ou la réglementation ; Il s'agit de la partie centrale du texte dans lequel il est présenté en détail, les idées, les arguments ou les informations concernant le sujet. Il est donc important de développer les points principaux et de fournir des exemples, des preuves ou des explications pour soutenir le message.
- **La conclusion** fait apparaître la décision prise, la solution adoptée ou une proposition énoncée clairement. Elle se place à la fin du texte en résumant les points principaux et en tirant des conclusions ou des implications à partir des informations présentées dans le développement. La conclusion permet de donner au lecteur une idée claire de la signification ou de l'importance du sujet abordé.

5. Respecter les règles de lisibilité

- **Précision** : être précis et éviter les généralisations excessives.
- **Concision** : éliminer les mots superflus et les phrases longues pour rendre le texte plus succinct.
- **Choisir le bon registre de langue : Adapter la tonalité de la communication en fonction** du contexte et du public. Le classement le plus commun des registres de langue est le **suivant** :
 - **Familier** (qui comprend le très familier, voire l'argot) : est utilisé principalement entre copains, entre écoliers, entre jeunes...
 - **Courant** (ou Neutre) : est utilisé dans la vie courante, lorsqu'on s'adresse à un commerçant par exemple, en famille, au travail...
 - **Soutenu (ou soigné)** : ce registre est moins fréquent, il est utilisé principalement à l'écrit, dans les livres, les discours officiels....

Chapitre 2: Améliorer la capacité d'expression

- **Citation correcte** : citer correctement les sources.
- **Révision** : relire et réviser le texte pour corriger les erreurs et améliorer la qualité.
- **Formatage** : utiliser une mise en forme appropriée, comme des paragraphes, des listes à puces, des titres, etc.
- **Cohérence** : maintenir une cohérence dans le style et la terminologie tout au long du texte.
- **Objectif clair** : assurer que le lecteur comprenne l'objectif ou le message principal de la communication.
- **Adaptation au public** : considérer les besoins et les attentes du public cible.
- **Politesse et courtoisie** : utiliser un langage respectueux et professionnel.
- **Révision finale** : faire une dernière révision pour assurer que la communication atteint ses objectifs.

En suivant ces règles générales, la qualité de la communication écrite sera améliorée et permet de garantir que le message soit bien compris et bien reçu par le lecteur.

II.4. Règles de base de la communication orale

La communication orale est un moyen essentiel de transmettre des informations, d'échanger des idées et d'interagir avec les autres à travers la parole. Pour assurer une communication orale efficace, il est important de respecter certaines règles fondamentales. Tout d'abord, la clarté est essentielle : il faut s'exprimer de manière concise et compréhensible pour le public. L'écoute active est également cruciale, car elle implique de prêter attention aux interlocuteurs et de répondre de manière appropriée. La communication non verbale, telle que la gestuelle, l'expression faciale et le contact visuel, joue un rôle majeur dans la transmission du message. Enfin, il faut veiller à adapter le langage et le ton en fonction du contexte et du public.

II.4.1. Types de communication

L'expression orale peut donc englober deux types de communication verbale et non verbale.

a. Communication verbale :

La communication dans laquelle l'expéditeur utilise des mots pour transmettre le message au destinataire. C'est la forme de communication la plus efficace qui permet un échange rapide d'informations et un retour d'information. La communication peut se faire de deux manières :

Chapitre 2: Améliorer la capacité d'expression

- *Communication face à face, conférences, séminaires, discours, cours, etc.*
- *Communication à distance : visioconférence, appels téléphoniques....*

1. Les techniques de la communication verbale :

- **Préparation** : avant de parler, organiser les idées et déterminer clairement l'objet de la communication.
- **Clarté** : être concis et utiliser un langage simple pour éviter toute confusion.
- **Écoute active** : être attentif à ce que disent les autres et montrer de l'intérêt pour leur point de vue.
- **Ton et tonalité** : adapter un ton en fonction du contexte et du public. Être respectueux et attentif à la sensibilité des sujets.
- **Feedback** : encourager les questions et les commentaires pour favoriser une communication bidirectionnelle.
- **Structure** : organiser le discours avec une introduction, un développement et une conclusion pour une meilleure compréhension.
- **Rythme** : parler à un rythme adapté pour permettre au public de suivre.
- **Évitement des interruptions** : éviter d'interrompre les autres et d'attendre le tour pour parler.

2. Les outils de la communication orale

- **La respiration** : bien respirer est essentiel pour garantir une émission vocale efficace tout en favorisant la relaxation musculaire et nerveuse. Que l'on soit assis derrière une table (évitant de croiser les bras) ou debout, maintenir une posture verticale de la colonne vertébrale est cruciale, évitant toute inclinaison en avant ou en arrière.
- **La voix** : la voix joue un rôle crucial en tant que véhicule sonore de la communication verbale. Il est essentiel d'adopter un rythme de parole posé pour permettre une meilleure intégration des informations et éviter d'ennuyer les auditeurs. De plus, il est important d'ajuster le volume de la voix en fonction de la taille de la salle où l'on parle et de la

Chapitre 2: Améliorer la capacité d'expression

disposition de l'auditoire dans cet espace. Lorsque l'on s'adresse au public, il est impératif de varier les intonations pour maintenir l'attention de l'auditoire.

- **Le maintien du silence** : est un atout considérable pour souligner l'importance des propos et favoriser une communication fluide en permettant de marquer les variations de rythme.
- **La bonne articulation** : implique la prononciation précise des consonnes, des syllabes et des diphtongues, est essentielle pour éviter les confusions et assurer une compréhension claire du discours. Une prononciation incorrecte pouvant entraîner la fusion de deux syllabes consécutives doit être corrigée.
- **la répétition** : bien que cela puisse être considéré comme un défaut dans l'écriture, elle revêt une importance cruciale dans l'art de l'oratoire. En effet, elle facilite la mémorisation, renforce les arguments, peut combler un trou de mémoire et met en relief les points forts du discours.

b. Communication non verbale :

La communication non verbale englobe tous les éléments du langage corporel qui agissent de manière inconsciente en exprimant nos émotions : que ce soient nos postures, notre style, nos gestes, nos mimiques, notre intonation, nos micro-expressions faciales, nos contacts physiques, nos mouvements, nos vêtements, et bien d'autres encore. Elle véhicule nos émotions, nos sentiments et nos valeurs. Souvent, la communication non verbale vient compléter la communication verbale pour aider à comprendre la mentalité et l'état émotionnel des parties impliquées. Elle joue un rôle essentiel dans la compréhension et renforce et crédibilise le message verbal lorsqu'il est utilisé de manière appropriée.

a. Les aspects de la communication non verbale.

Langage corporel : il est nécessaire d'assurer que la posture et la gestuelle reflètent le message de manière appropriée. On peut citer :

1. **La gestuelle** englobe les mouvements des mains, des bras et du corps. Elle peut inclure des gestes expressifs tels que lever les mains pour montrer la surprise, les utiliser pour

Chapitre 2: Améliorer la capacité d'expression

accentuer un point lors d'une discussion ou même croiser les bras pour signifier le désaccord ou la défense.

2. **Les expressions faciales** sont un aspect essentiel de la communication non verbale. Les sourires, les froncements de sourcils, les clins d'œil et les regards en disent souvent long sur les émotions ou les réactions d'une personne. Les micro-expressions faciales, qui sont de brèves expressions involontaires, peuvent également révéler des sentiments cachés.
3. **Le contact visuel** peut indiquer l'attention, l'intérêt, la nervosité ou même l'évitement. Un contact visuel soutenu est souvent associé à l'écoute attentive, tandis que l'évitement du regard peut être interprété comme de la gêne ou de la dissimulation.
4. **Les mouvements oculaires** : les directions du regard et les clignements d'yeux peuvent révéler ce à quoi une personne prête attention. Par exemple, regarder fréquemment sa montre peut signifier de l'impatience, tandis que de longs regards dans une direction spécifique peuvent indiquer de l'intérêt ou de la réflexion.
1. **Les distances interpersonnelles** : la proximité physique entre les individus communique le niveau de confort ou d'intimité. Une distance rapprochée peut signifier une relation chaleureuse ou un besoin de confidentialité, tandis qu'une distance plus éloignée peut indiquer de la réserve ou du respect de l'espace personnel.
2. **Les signaux de mains et de doigts** : les gestes spécifiques réalisés avec les mains et les doigts, comme le pouce levé pour signifier l'approbation ou le geste du "chut" pour demander le silence, sont des exemples courants de cette forme de communication non verbale.
3. **Les expressions corporelles générales** : les mouvements du corps dans leur ensemble, tels que se pencher en avant pour montrer de l'intérêt ou se reculer pour indiquer de la réserve, complètent souvent d'autres signaux non verbaux pour transmettre des émotions ou des intentions.
4. **Les vêtements et l'apparence personnelle** : le choix vestimentaire et l'apparence personnelle peuvent refléter la personnalité, le statut social, l'adhésion à un groupe ou même l'humeur du moment. Les vêtements peuvent être un puissant moyen de communication non verbale.

5. **Le langage spatial** : l'utilisation de l'espace environnant peut également être un moyen de communication non verbale. Par exemple, se tenir au centre d'une pièce peut signifier que l'on souhaite être au centre de l'attention, tandis que se tenir sur le côté peut indiquer un désir de passer inaperçu.
6. **Les signaux de contact physique** : les contacts physiques tels que les poignées de main, les embrassades ou les tapes dans le dos sont des formes directes de communication non verbale qui expriment souvent l'amitié, la camaraderie, la sympathie ou d'autres sentiments.

Ces éléments de la communication non verbale interagissent pour transmettre des informations, des émotions et des intentions sans utiliser de mots.

II.5. Produire un message visuel et audiovisuel.

II.5.1. Produire un message visuel

La production d'un message visuel implique la création et la communication d'idées, d'informations ou de narrations en utilisant principalement des éléments visuels tels que des images, des graphiques, des vidéos, des infographies, des illustrations, des diaporamas et d'autres éléments visuels.

Au sens étroit: toute forme de communication humaine qui produit et transmet des messages sous forme d'images, c'est-à-dire sous forme de signes dits visuels et graphiques.

Au sens large: toute forme de communication humaine qui se sert de l'œil (de la perception visuelle) pour communiquer des messages.

La communication visuelle fait partie de la communication non-verbale. Voici quelques éléments importants à considérer lors de la production d'un message visuel :

1. **Objectif de communication** : avant de produire un message visuel, il est essentiel de définir clairement l'objectif de votre communication. Que souhaitez-vous transmettre ? Qui est votre public cible ? Quelle action souhaitez-vous que votre public prenne après avoir vu votre message ?

Chapitre 2: Améliorer la capacité d'expression

2. **Conception graphique** : elle joue un rôle clé dans la production de messages visuels efficaces. Cela comprend la disposition, le choix des couleurs, la typographie, et l'organisation visuelle pour rendre le message clair et attrayant.
3. **Contenu visuel** : le choix des images, des illustrations, des vidéos et d'autres éléments visuels est essentiel. Assurer que ces éléments soutiennent le message et correspondent au public.
4. **Simplicité** : les messages visuels doivent généralement être concis et faciles à comprendre. Éviter la surcharge d'informations visuelles qui pourrait submerger le spectateur.
5. **Narration visuelle** : raconter une histoire à travers des images peut être puissant. Utiliser une progression visuelle logique pour guider le spectateur à travers le message.
6. **Adaptation au support** : considérer le support sur lequel le message sera diffusé. La production d'un message visuel pour les médias sociaux peut être différente de celle pour une présentation en direct ou un site web.
7. **Appel à l'action** : assurer d'inclure un appel à l'action clair dans le message visuel, indiquant au spectateur ce qu'il doit faire ensuite.
8. **Test et révision** : avant de diffuser le message visuel, assurer de le tester auprès d'un échantillon du public cible et de recueillir des commentaires pour apporter des améliorations si nécessaire.
9. **Droit d'auteur et crédits** : respecter les droits d'auteur en utilisant des images et des éléments visuels sous licence appropriée. Si vous utilisez le travail de quelqu'un d'autre, assurez-vous de donner le crédit nécessaire.
10. **Analyse des performances** : une fois que le message visuel est diffusé, suivre les performances à l'aide de données telles que le taux de clics, les vues, les partages, etc., pour évaluer son efficacité.

La production de messages visuels efficaces nécessite un mélange d'art et de science pour transmettre efficacement le message et atteindre le public de manière significative.

II.5.2. Produire un message audiovisuel

Produire un message audiovisuel implique la création et la communication d'idées, d'informations ou de narrations en utilisant à la fois des éléments visuels et auditifs. Contrairement à un message visuel, qui se base principalement sur des éléments visuels tels que des images, des graphiques, des illustrations, etc., un message audiovisuel intègre également des éléments sonores, tels que la musique, les dialogues, les effets sonores, et la voix off.

Voici les principales différences entre un message visuel et un message audiovisuel :

- 1. Utilisation de l'audition :** un message audiovisuel utilise le sens de l'ouïe en plus de la vue. Il permet d'ajouter des voix, des sons, de la musique et des effets sonores pour renforcer le message ou créer une ambiance spécifique.
- 2. Complexité narrative :** les messages audiovisuels ont souvent la capacité de raconter des histoires de manière plus détaillée et complexe que les messages visuels seuls. Les dialogues et la narration audio permettent d'expliquer des concepts plus profonds et de susciter des émotions plus riches.
- 3. Engagement sensoriel :** les messages audiovisuels peuvent engager les spectateurs de manière plus profonde car ils font appel à deux sens (la vue et l'ouïe) au lieu d'un seul. Cela peut rendre le message plus mémorable et persuasif.
- 4. Contrôle du rythme :** avec un message audiovisuel, il y a un contrôle total sur le rythme de la narration. Il faut ajuster la vitesse à laquelle l'information est présentée en utilisant des pauses, des effets sonores et des transitions.
- 5. Expression émotionnelle :** la combinaison d'éléments visuels et auditifs permet une plus grande expression émotionnelle. Les expressions faciales, les intonations vocales et la musique peuvent influencer l'émotion ressentie par le spectateur.
- 6. Complexité technique :** la production d'un message audiovisuel peut être plus complexe techniquement en raison de la nécessité de gérer à la fois l'aspect visuel et sonore. Cela peut inclure la capture de vidéo, l'enregistrement de voix, l'édition audio et vidéo, etc.
- 7. Formats et médias :** les messages audiovisuels peuvent être diffusés dans divers formats, notamment des vidéos en ligne, des publicités télévisées, des documentaires,

Chapitre 2: Améliorer la capacité d'expression

des films, des vidéos de formation, etc. Ils sont souvent utilisés dans des contextes tels que la publicité, le cinéma, la télévision, la formation en ligne, et bien d'autres.

En résumé, la principale différence entre un message visuel et un message audiovisuel réside dans l'intégration d'éléments sonores dans le second, ce qui permet une communication plus riche et engageante. La décision d'utiliser un message visuel ou audiovisuel dépendra de l'objectif de communication, du public cible et du contexte dans lequel le message sera diffusé.

Amélioration de la capacité de communication en situation d'interaction



III. Introduction

L'art de la communication joue un rôle central dans notre vie quotidienne. Que ce soit au travail, dans nos relations personnelles, ou même lors de simples échanges sociaux, la capacité à communiquer efficacement est essentielle pour transmettre des idées, établir des connexions significatives et résoudre des problèmes. Cependant, la communication n'est pas toujours aussi fluide qu'on le souhaiterait, et des situations d'interaction peuvent parfois représenter des défis. Dans ce chapitre, les divers aspects de l'amélioration de la capacité de communication seront explorés en mettant en lumière des stratégies et des compétences clés pour favoriser des interactions plus réussies et productives. Que ce soit pour améliorer la communication professionnelle, renforcer les relations personnelles ou simplement développer sa confiance en soi dans des interactions sociales, l'art de la communication est une compétence précieuse qui peut être cultivée et perfectionnée.

III.1. Analyser le processus de communication interpersonnelle

Le processus de communication interpersonnelle est le moyen par lequel les individus échangent des informations, des idées, des émotions et des messages entre eux, que ce soit en personne ou à distance. Cela peut se produire lors de conversations en personne, d'appels téléphoniques, d'échanges par écrit ou de toute autre forme de communication. Ce processus implique la transmission d'idées ou de sentiments d'une personne à une autre, avec la possibilité de malentendus ou d'interprétations différentes en fonction du contexte et des signaux verbaux et non verbaux. Une communication efficace nécessite souvent une écoute attentive, une rétroaction claire et une compréhension mutuelle pour que le message soit transmis et reçu avec succès.

III.1.1. Principes de la communication interpersonnelle

Les principes de la communication interpersonnelle sont des lignes directrices ou des règles fondamentales qui favorisent des interactions efficaces et respectueuses entre les individus. L'école de Palo Alto, également connue sous le nom de l'école de la communication, a joué un rôle majeur dans le développement de la thérapie systémique et de la communication interpersonnelle. L'une des contributions les plus importantes de l'école de Palo Alto à la compréhension de la communication interpersonnelle est l'identification des "cinq axiomes de

Chapitre 3 : Améliorer la capacité de communication dans des situations d'interaction

la communication" qui ont été développés principalement par Paul Watzlawick. Ces axiomes sont des principes fondamentaux qui permettent de comprendre comment les messages sont transmis et interprétés dans les interactions humaines. Voici ces cinq axiomes :

1. **Axiome de la possibilité et de l'impossibilité de la communication** : ce principe stipule que la communication a lieu en permanence, que nous le voulions ou non « On ne peut pas ne pas communiquer ». Même l'absence de communication (le silence) peut être interprétée comme un message. Il est impossible de ne pas communiquer.
2. **Axiome de l'implication** : ce principe souligne que les interactions humaines contiennent à la fois un contenu manifeste (ce qui est dit verbalement) et un contexte implicite (les signaux non verbaux, le ton de la voix, le langage corporel, etc.). Le contexte influence souvent la signification du message.
3. **Axiome de la réversibilité** : cet axiome met en évidence que les interactions humaines sont dynamiques et que les rôles d'émetteur et de récepteur peuvent être inversés à tout moment. Par exemple, dans une conversation, celui qui écoute peut devenir celui qui parle.
4. **Axiome de la symétrie et de la complémentarité** : la communication interpersonnelle peut être caractérisée soit par la symétrie, où les participants sont sur un pied d'égalité, soit par la complémentarité, où les participants adoptent des rôles complémentaires (par exemple, un dominant et un soumis). Les variations entre ces deux modes peuvent affecter la dynamique de la conversation.
5. **Axiome de la ponctuation** : cet axiome suggère que les individus ont tendance à "ponctuer" les interactions de manière subjective en déterminant où commence et où se termine une séquence de communication. Cela peut entraîner des malentendus et des désaccords si les participants ne sont pas d'accord sur la manière de ponctuer les échanges.

Ces cinq axiomes de la communication de l'école de Palo Alto ont eu un impact significatif sur la compréhension de la communication humaine et ont été utilisés dans des contextes de conseil, de psychothérapie et de communication interpersonnelle pour améliorer les compétences en communication et résoudre les problèmes relationnels. Ils soulignent l'importance de la

conscience de soi, de l'écoute active et de la prise en compte du contexte dans les interactions humaines.

III.1.1.2. Communication par comportement

Lorsque nous communiquons, seul 7% du message est compris grâce au langage (verbal). En effet, 93% de notre message est reçu à travers :

- **le para-verbal (38%)** : notre intonation, le volume de notre voix, le rythme de nos propos;
- **le non verbal (55%)** : nos expressions corporelles.

1. La communication constante : signifie que nos comportements, notre langage corporel, nos expressions faciales et notre silence transmettent des informations aux autres. Par exemple, lorsque vous êtes en compagnie de quelqu'un et que vous restez silencieux, cela envoie un message, que ce soit de l'aise, de l'indifférence, de l'inconfort ou autre.

2. Les signaux non verbaux : une grande partie de cette communication non verbale est transmise par des signaux non verbaux, tels que le langage corporel, les expressions faciales, la posture et le contact visuel. Ces signaux peuvent en dire long sur nos émotions, notre état d'esprit, notre niveau de confiance ou d'inconfort, bien au-delà de ce que nous pourrions exprimer verbalement.

3. Les conséquences : lorsque nous ignorons les signaux que nous émettons ou recevons, cela peut entraîner des malentendus, des tensions ou des erreurs de communication. Par conséquent, en étant conscients de cette communication constante, nous pouvons être plus attentifs à nos comportements et à leur impact sur les autres.

4. Le choix de la réaction : en reconnaissant que nous communiquons en permanence, nous avons le choix de réagir de manière consciente et adaptative aux signaux que nous percevons. Par exemple, si nous remarquons que quelqu'un est silencieux dans une conversation, nous pouvons poser des questions pour mieux comprendre son état d'esprit ou ses préoccupations.

5. La responsabilité de la communication : implique également que nous sommes responsables de notre communication, tant dans ce que nous exprimons verbalement que dans les signaux non verbaux que nous émettons. Il nous rappelle que notre comportement a un

impact sur les autres, et que nous devrions être conscients de l'effet que nous avons sur nos interlocuteurs.

III.1.1.3. Le contenu et la relation

"Toute communication a une dimension de contenu et une dimension de relation, telles que ces deux aspects sont indissociables." Ce principe met en évidence l'idée que, dans toute communication, il y a deux aspects essentiels : le contenu explicite du message (ce qui est dit) et la relation entre les personnes impliquées (la manière dont elles interagissent).

1. Dimension de contenu concerne les informations ou les données spécifiques que les personnes partagent dans une conversation. C'est le "quoi" de la communication, c'est-à-dire les faits, les opinions, les idées, etc., que les interlocuteurs expriment verbalement.

2. Dimension de relation se réfère à la manière dont les personnes interagissent les unes avec les autres pendant la communication. Cela comprend les signaux non verbaux, les attitudes, les émotions et les comportements qui influencent la dynamique relationnelle entre les participants.

3. L'indissociabilité des deux aspects : il souligne que ces deux aspects de la communication sont indissociables, ce qui signifie qu'ils interagissent constamment l'un avec l'autre. La manière dont la relation est gérée peut affecter la manière dont le contenu est perçu, et vice versa.

Exemple concret : Par exemple, imaginez une conversation entre deux collègues. Le contenu de la conversation peut être une discussion sur un projet de travail, mais la manière dont ils communiquent ce contenu (leur ton de voix, leur langage corporel, leur niveau d'écoute) peut indiquer des éléments sur leur relation professionnelle. Si l'un des collègues semble impatient ou désintéressé, cela peut influencer la manière dont l'autre perçoit le contenu du message et peut avoir un impact sur leur relation.

4. Importance de la gestion de la relation : une relation saine et respectueuse peut favoriser une meilleure compréhension et une collaboration plus efficace dans le partage du contenu.

5. Applications en communication : dans des contextes de conseil, de psychothérapie ou de résolution de conflits, ce concept est utilisé pour aider les individus à prendre conscience de la manière dont leur communication affecte la relation, et vice versa. En comprenant cette

dynamique, les personnes peuvent travailler sur l'amélioration de leurs interactions et de leurs relations.

III.1.1.4. L'intention dans la communication

"La nature d'une relation dépend de la ponctuation des séquences de communication entre les partenaires." La manière dont une interaction est perçue et comprise dépend de la façon dont les participants "ponctuent" ou organisent mentalement les séquences de communication. :

1. La ponctuation des séquences : La ponctuation se réfère à la manière dont les participants définissent le début et la fin des séquences de communication. Chacun peut avoir sa propre interprétation de la manière dont une interaction a commencé et comment elle se poursuit. Par exemple, dans une dispute de couple, l'un peut percevoir les critiques de l'autre comme le point de départ de la dispute, tandis que l'autre peut considérer la critique comme une réponse à un comportement préalable.

2. Influence sur la relation : La manière dont les participants ponctuent une séquence de communication peut avoir un impact significatif sur la dynamique de la relation. Par exemple, si deux personnes perçoivent différemment l'origine d'un conflit, elles peuvent attribuer la responsabilité de la dispute à l'autre, ce qui peut entraîner des tensions et des malentendus.

3. Réflexivité : il met également en lumière la notion de réflexivité, c'est-à-dire que la manière dont nous percevons les actions et les réactions des autres influence nos propres comportements. Si nous pensons que quelqu'un nous critique sans raison, cela peut nous amener à réagir de manière défensive, ce qui à son tour peut être interprété par l'autre comme une confirmation de la critique initiale.

4. Résolution des conflits : Comprendre peut être utile dans la résolution de conflits. En prenant conscience de la manière dont nous et les autres ponctuent les interactions, nous pouvons être plus ouverts à des interprétations alternatives et à des solutions constructives.

III.1.1.5. La communication digitale et analogique

"L'humain communique de manière à la fois digitale et analogique. L'analogique (ou non-digital) se réfère à la communication non verbale, tandis que le digital fait référence à la communication verbale."

1. Communication digitale et analogique : met en avant le fait que la communication humaine utilise deux modes distincts pour transmettre des informations. Le mode digital est la communication verbale, où les mots, la syntaxe, et la grammaire sont utilisés pour transmettre un message. Le mode analogique, quant à lui, englobe la communication non verbale, qui inclut le langage corporel, les expressions faciales, le ton de voix, le rythme et d'autres signaux non verbaux.

2. Combinaison des deux modes : dans la communication quotidienne, ces deux modes, le digital et l'analogique, sont souvent utilisés simultanément. Par exemple, lorsque quelqu'un dit "Je suis heureux" (communication digitale), son sourire et son ton de voix joyeux (communication analogique) renforcent le message.

3. Importance de l'analogique : met en évidence que la communication analogique, bien que non verbale, joue un rôle essentiel dans la transmission d'émotions, d'intentions et de nuances de sens. Parfois, ce qui n'est pas dit verbalement peut être plus significatif que les mots eux-mêmes. Par exemple, un regard triste ou une posture affaissée peuvent indiquer que quelqu'un ne se sent pas vraiment heureux malgré ce qu'il dit.

4. Potentiel de malentendus : la combinaison des modes digital et analogique peut également entraîner des malentendus. Par exemple, un ton sarcastique ou une expression faciale sérieuse tout en disant quelque chose d'ironique peut prêter à confusion, car les signaux analogiques et digitaux sont contradictoires.

5. Prise en compte des deux modes : pour une communication efficace, il est important de prêter attention à la fois à la communication verbale et non verbale. Comprendre que ces deux modes coexistent et sont complémentaires permet d'interpréter plus précisément les messages et de mieux saisir les intentions de l'émetteur.

III.1.1.6. La différence en communication

"Toute communication est une communication symétrique ou complémentaire, en fonction de si le rapport entre les communicateurs est basé sur l'égalité ou la différence."

1. Communication symétrique et complémentaire : elle se distingue deux types de communication interpersonnelle en fonction de la dynamique des relations entre les communicateurs. La communication symétrique se produit lorsque les participants se perçoivent comme étant sur un pied d'égalité, tandis que la communication complémentaire se

produit lorsque les participants adoptent des rôles complémentaires, souvent basés sur des différences hiérarchiques ou de pouvoir.

2. Communication symétrique : dans une communication symétrique, les participants agissent de manière similaire les uns envers les autres. Par exemple, deux amis qui discutent de manière décontractée et égalitaire sont engagés dans une communication symétrique.

3. Communication complémentaire : à l'inverse, dans une communication complémentaire, les participants adoptent des rôles différents, souvent basés sur des différences de pouvoir, de statut ou de rôle. Par exemple, dans une relation parent-enfant, le parent peut adopter un rôle protecteur et directif, tandis que l'enfant adopte un rôle de soumission et d'obéissance.

4. Impact sur la relation : la manière dont une communication est perçue et vécue dépend de la nature symétrique ou complémentaire de la relation. Les communications symétriques renforcent souvent l'égalité et la connexion entre les individus, tandis que les communications complémentaires renforcent les différences et les dynamiques de pouvoir.

5. Conflits et malentendus : les conflits et les malentendus peuvent survenir lorsque les participants perçoivent différemment la nature symétrique ou complémentaire de la communication. Par exemple, si une personne s'attend à une communication symétrique dans une relation de travail avec un supérieur hiérarchique et reçoit une communication complémentaire, cela peut entraîner des tensions.

6. Flexibilité : comprendre peut aider à améliorer les interactions en permettant aux individus d'ajuster leur communication en fonction du contexte et de la nature de leur relation avec les autres.

III.2. Critère d'efficacité d'une communication interpersonnelle

L'efficacité de la communication interpersonnelle repose sur divers critères et techniques qui sont adaptés en fonction du contexte, des interlocuteurs et d'autres facteurs. Parmi ces critères, l'écoute active occupe une place centrale.

1. Importance de l'écoute active : l'écoute active est une compétence cruciale dans la communication interpersonnelle. Elle va au-delà de la simple perception auditive des mots prononcés par l'autre personne. C'est une manière d'écouter qui démontre un véritable intérêt

pour ce que l'autre a à dire, tout en exprimant de l'empathie, de la bienveillance et de la disponibilité.

2. Reformulation : l'un des aspects essentiels de l'écoute active est la reformulation. Cela signifie que l'auditeur répète ou résume ce qu'il a entendu de l'émetteur, en utilisant ses propres mots. Cela permet de s'assurer que l'auditeur a bien compris le message et offre à l'émetteur l'occasion de corriger toute malentendu.

3. Empathie : l'écoute active implique également l'empathie, c'est-à-dire la capacité à comprendre et à ressentir les émotions de l'autre personne. Cela crée une connexion émotionnelle et montre que vous êtes réceptif à ses sentiments et à ses besoins.

4. Bienveillance : la bienveillance dans l'écoute active signifie que vous écoutez sans jugement ni critique. Vous donnez à l'autre personne la liberté de s'exprimer librement et en toute confiance, ce qui favorise un environnement de communication positif.

5. Disponibilité : être disponible lors de la communication signifie être présent mentalement et physiquement. Vous ne vous laissez pas distraire par d'autres pensées ou distractions, ce qui montre à votre interlocuteur qu'il est votre priorité à ce moment-là.

6. Climat de confiance : en pratiquant l'écoute active, vous contribuez à instaurer un climat de confiance entre vous et l'autre personne. Lorsque quelqu'un se sent écouté et compris, il est plus enclin à partager ses pensées, ses préoccupations et ses informations de manière ouverte et honnête.

7. Communication sereine et positive : en combinant tous ces éléments, l'écoute active favorise une communication sereine et positive. Elle permet de résoudre les conflits plus efficacement, d'éviter les malentendus et de renforcer les relations interpersonnelles.

III.3. Amélioration de la communication en face à face

L'amélioration de la communication en face à face est essentielle, malgré les avancées technologiques qui ont introduit de nouveaux moyens de communication à distance. La communication en face à face reste le moyen de communication le plus efficace pour plusieurs raisons importantes. Dans cet article, nous examinerons en détail les avantages de la communication en face à face et comment l'améliorer.

1. Compréhension approfondie : lorsque nous communiquons en face à face, nous avons la possibilité d'obtenir une compréhension beaucoup plus approfondie des messages que nous recevons. En plus des mots prononcés, nous percevons les nuances de la communication non verbale, telles que le langage corporel, les expressions faciales, le ton de voix, le contact visuel, et bien d'autres. Cette richesse de signaux nous permet de mieux saisir les émotions, les intentions et les sentiments derrière les mots.

2. Établissement de relations : la communication en face à face est essentielle pour l'établissement et le maintien de relations solides. Lorsque nous rencontrons quelqu'un en personne, nous créons des liens émotionnels plus forts que par le biais de la communication à distance. Le contact physique, comme une poignée de main chaleureuse ou un câlin, renforce également ces liens.

3. Feedback immédiat : lors des interactions en face à face, nous recevons un feedback immédiat de notre interlocuteur. Cela signifie que nous pouvons ajuster notre communication en temps réel en fonction des réactions de l'autre personne. Le feedback instantané favorise la résolution rapide des malentendus et permet de maintenir des conversations fluides et efficaces.

4. Confiance et crédibilité : la communication en face à face renforce la confiance et la crédibilité. Lorsque nous voyons quelqu'un en personne, nous avons tendance à lui accorder plus de confiance que si nous communiquons à distance. Les interactions en face à face permettent de mieux évaluer l'authenticité et l'intégrité de l'autre personne.

5. Contexte et environnement : lors des rencontres en face à face, nous sommes immergés dans un environnement spécifique qui peut avoir un impact sur la communication. Par exemple, une réunion dans un bureau formel ne sera pas perçue de la même manière qu'une discussion informelle dans un café. En contrôlant le contexte, nous pouvons adapter notre communication en conséquence.

6. Créativité et résolution de problèmes : les discussions en face à face favorisent la créativité et la résolution de problèmes collaboratives. Les cerveaux des participants sont plus stimulés et réactifs en présence d'autres personnes, ce qui peut conduire à des idées innovantes et à des solutions plus efficaces.

Pour améliorer la communication en face à face, voici quelques conseils pratiques :

- Pratiquez l'écoute active en étant attentif aux signaux verbaux et non verbaux de votre interlocuteur.
- Utilisez un langage corporel ouvert et engageant pour montrer votre intérêt.
- Faites preuve de respect et de considération envers les opinions et les émotions de l'autre personne.
- Cherchez à établir un contact visuel approprié pour démontrer votre engagement dans la conversation.
- Choisissez des lieux et des moments appropriés pour les rencontres en fonction de l'objectif de la communication.

La communication en face à face reste le moyen le plus influent et efficace pour interagir avec les autres. En améliorant nos compétences en communication en face à face, nous pouvons renforcer nos relations personnelles et professionnelles et tirer le meilleur parti de nos interactions avec les autres.

III.4. Amélioration de la capacité de communication en groupe

L'amélioration de la capacité de communication en groupe revêt une importance capitale dans de nombreux aspects de la vie, que ce soit dans le cadre professionnel, éducatif ou social. Les groupes sont omniprésents, que ce soit au sein d'une équipe de travail, d'une classe d'école, d'une famille ou d'un cercle d'amis. La qualité de la communication au sein de ces groupes peut déterminer leur efficacité, leur harmonie et leur réussite.

Dans cette perspective, cette exploration se penchera sur les différentes facettes de l'amélioration de la communication en groupe, en mettant en lumière les avantages d'une communication efficace, les obstacles courants et les stratégies pratiques pour favoriser une interaction plus constructive au sein des collectifs. Que ce soit la résolution de conflits, la prise de décisions, la créativité, ou tout simplement la qualité des relations interpersonnelles, une communication de groupe améliorée peut apporter des bénéfices significatifs.

En somme, l'amélioration de la capacité de communication en groupe est un domaine crucial pour renforcer les relations, stimuler la productivité et promouvoir une compréhension mutuelle au sein de collectifs divers. Cette exploration fournira des informations, des conseils et des stratégies pour aider les individus et les groupes à cultiver une communication en groupe plus efficace et épanouissante.

III.4.1. Communication en groupe

La communication en groupe est un élément essentiel pour la réussite de tout projet ou objectif commun. Cependant, elle peut être complexe en raison de divers obstacles et défis qui se présentent souvent lorsqu'un groupe de personnes se réunit pour collaborer et échanger des idées :

- 1. Blocages par timidité, inhibitions et peur** : l'une des premières difficultés que les membres d'un groupe peuvent rencontrer est la réticence à s'exprimer. Certains participants peuvent être timides, se sentir inhibés ou avoir peur de la réaction des autres. Pour résoudre ce problème, il est important de créer un environnement accueillant et bienveillant où chacun se sent en sécurité pour partager ses idées. Le leader du groupe peut encourager la participation en posant des questions ouvertes, en valorisant les contributions de chacun et en évitant de juger les idées immédiatement.
- 2. Bavardage et hors-sujet** : il arrive souvent que les discussions en groupe dérivent vers des sujets non pertinents, ce qui peut détourner l'attention de l'objectif principal de la réunion. Pour éviter cela, il est essentiel d'établir un ordre du jour clair pour chaque réunion et de le suivre rigoureusement. Les participants doivent également être encouragés à garder leurs interventions pertinentes et à respecter le temps imparti à chaque point de discussion.
- 3. Monopolisation de la parole** : certains membres du groupe ont tendance à monopoliser la parole, empêchant ainsi les autres de s'exprimer. Pour contrer ce problème, le leader doit être attentif à la répartition du temps de parole et donner la possibilité à tous les participants de s'exprimer. L'utilisation de techniques de modération, telles que la gestion du temps de parole et l'invitation à d'autres membres pour ajouter leurs perspectives, peut également être utile.

4. **Duels et discussions négatives** : les conflits au sein d'un groupe peuvent parfois dégénérer en duels verbaux ou en discussions négatives, ce qui nuit à la collaboration. Pour résoudre ce problème, il est important d'instaurer des règles de communication respectueuse au sein du groupe. Les participants doivent être encouragés à exprimer leurs désaccords de manière constructive, en se concentrant sur les idées plutôt que sur les personnes. Le leader peut intervenir pour calmer les tensions et rappeler les règles de communication si nécessaire.
5. **Autoritarisme** : la présence de membres du groupe qui adoptent un comportement autoritaire peut étouffer la créativité et l'engagement des autres. Il est essentiel que le leader maintienne un équilibre entre la gestion du groupe et l'autorité. Tous les membres doivent se sentir égaux et avoir la possibilité de contribuer. Si un participant se montre trop autoritaire, le leader peut intervenir pour rétablir l'équilibre et rappeler l'importance de la collaboration et de la contribution de chacun.

La communication en groupe peut être un défi, mais en mettant en place des pratiques de communication efficaces, en créant un environnement inclusif et en gérant les problèmes de communication de manière proactive, un groupe peut maximiser sa productivité et atteindre ses objectifs communs avec succès. Une communication ouverte et respectueuse est la clé du succès de tout groupe collaboratif.

III.4.1. Améliorer la capacité de communication de groupe

Améliorer la capacité de communication en groupe est un objectif essentiel pour toute équipe, organisation ou collectif qui cherche à travailler de manière plus efficace et productive. Une communication de groupe efficace favorise la résolution de problèmes, la prise de décisions éclairées, la créativité et le renforcement des relations entre les membres du groupe.

1. **La compréhension mutuelle** : la base d'une communication de groupe réussie réside dans la compréhension mutuelle. Les membres du groupe doivent avoir une vision claire des objectifs, des rôles et des attentes de chacun. Il est important de créer un environnement où chaque membre se sent écouté et compris.

2. **La communication ouverte et transparente** : encouragez une culture de communication ouverte, où les membres du groupe se sentent à l'aise pour partager leurs idées, leurs préoccupations et leurs suggestions. La transparence renforce la confiance au sein du groupe.
3. **L'écoute active** : l'écoute est une compétence cruciale en communication de groupe. Les membres du groupe doivent être attentifs aux messages des autres, poser des questions pour clarifier, et éviter les interruptions. Une écoute active favorise la compréhension mutuelle.
4. **La diversité et l'inclusion** : les groupes peuvent bénéficier d'une diversité d'expériences, de perspectives et de compétences. Encouragez la diversité au sein du groupe et veillez à ce que chaque voix soit entendue. Les idées provenant de différentes sources peuvent souvent conduire à des solutions plus innovantes.
5. **La gestion des conflits** : les désaccords et les conflits peuvent survenir en groupe. Cependant, ils peuvent être gérés de manière constructive. Encouragez les membres à exprimer leurs différences de manière respectueuse et à rechercher des solutions mutuellement bénéfiques.
6. **La planification et la structuration des réunions** : les réunions de groupe sont souvent le principal forum de communication. Planifiez-les soigneusement en établissant un ordre du jour clair, en définissant des objectifs et des rôles pour chaque participant, et en veillant à ce que le temps soit utilisé de manière efficace.
7. **L'utilisation des outils de communication** : les outils de communication en ligne peuvent être utiles pour les groupes qui travaillent à distance ou dans des zones géographiquement dispersées. Cependant, il est important de choisir les outils appropriés et de les utiliser de manière efficace pour éviter la surcharge d'informations.
8. **La formation en compétences de communication** : l'amélioration de la capacité de communication en groupe peut nécessiter une formation. Les membres du groupe peuvent bénéficier de sessions de formation sur l'écoute active, la gestion des conflits, la prise de parole en public, etc.

9. La rétroaction et l'évaluation continue : le processus de communication de groupe doit être continuellement évalué et amélioré. Encouragez les membres du groupe à fournir des commentaires sur la communication et à identifier les domaines qui nécessitent des améliorations.

10. La cohésion de groupe : créer un sentiment de cohésion au sein du groupe peut renforcer la communication. Organisez des activités sociales ou des sessions de renforcement d'équipe pour renforcer les liens entre les membres du groupe.

En conclusion, l'amélioration de la capacité de communication en groupe nécessite un effort collectif et une attention continue. En adoptant ces pratiques et en favorisant une culture de communication positive, un groupe peut devenir plus efficace, créatif et cohérent dans la poursuite de ses objectifs communs.

Chapitre 4 :

Développement de l'autonomie, de la capacité d'organisation et de la communication dans le cadre d'une démarche de projet



IV. Introduction

Dans ce dernier chapitre, l'étudiant effectue un projet à rendre dans le cadre de sa formation de Master en Travaux Public Professionnel. Plusieurs thèmes seront abordés par des groupes d'étudiants.

L'objectif est de mettre en relief les acquis durant le cours. Les étudiants feront donc une recherche sur un thème spécifique : Ils devront faire des recherches sur internet ; comment chercher leur sources et leurs fiabilités et aussi des recherches sur la littérature grise (mémoire, articles scientifiques, etc...).

Les résultats obtenus seront transmis sous format papier donc sous forme de compte rendu. Ils devront tenir compte des résultats les plus pertinents et éviter le plagiat en citant leurs références. Entre autre, il devront aussi faire un travail visuel ou audiovisuel par exemple en exposant leur travail avec des diapositives tout en incluant des vidéos si cela est disponible.

Les étudiants devront aussi sollicités différents établissements pour mener leur recherches en fonction du thème pour pouvoir aborder et communiquer avec les agents professionnels. Cela leur permettra de mettre en œuvre leur apprentissage durant le cours. Comment gérer leurs difficultés à se présenter devant des sociétés ou bureaux d'études pour obtenir de plus amples informations.

Une fois leur travaux achevés, les étudiants exposeront leurs travaux en classe devant leurs collègues et devant leur enseignant. Ce travail permettra aux étudiants de s'affranchir des acquis tout au long du semestre.

IV.I. Thèmes abordés

- Les transports et déplacements
- L'énergie
- L'environnement
- Les aménagements urbains
- Construction de routes
- Le terrassement
- L'eau et les fluides
- Infrastructures routières
- Les fondations spéciales

Chapitre 4 : Développer l'autonomie, la capacité d'organisation et de communication dans le cadre d'une démarche de projet

- Les ouvrages particuliers
- Les travaux souterrains
- Les travaux maritimes
- Les matériaux
- Entretien et réparation des routes et aérodromes
- Talus et ouvrages de soutènement
- Charpente métallique
- Pathologie et réhabilitation
- Procédés de constructions
- Etc...

Liens utiles :

- faire une recherche sur le WEB :
http://www.collegeleyquem.fr/IMG/pdf/Recherche_documentaire_sur_Internet.pdf
<https://www.unarticlepourleweb.fr/2019/12/16/comment-r%C3%A9aliser-une-recherche-documentaire-en-r%C3%A9action-web/>
- Comment rendre un travail écrit : <https://www.unioviedo.es/ecrire/redigera.pdf>
<https://www.4geniecivil.com/2023/01/comment-ecrit-une-compte-rendu-avec.html>
- Comment exposer sur PowerPoint : <https://www.manager-go.com/efficacite-professionnelle/presentation-powerpoint.htm>
<https://fr.wikihow.com/faire-une-excellente-pr%C3%A9sentation-PowerPoint>
- Comment écrire un Email : <https://www.masteryourfrench.com/fr/comment/ecrire-un-email-professionnel/>
<https://business-cool.com/vie-etudiante/student-hacks/ecrire-mail-professionnel/>

Conclusion

le cours "Communication et technique d'expression" a permis le développement significatif des compétences en communication. L'importance de choisir des mots appropriés, de structurer les idées de manière claire et de comprendre le public cible a été clairement démontrée. Ces compétences ne se limitent pas au cadre académique, mais s'étendent également à la vie professionnelle future. La capacité à communiquer efficacement constitue un atout précieux dans la rédaction de rapports, la prise de parole en public et la collaboration au sein d'une équipe. Il est certain que les enseignements de ce cours continueront à exercer une influence positive sur la communication personnelle et professionnelle à l'avenir. La reconnaissance est exprimée envers les instructeurs qui ont partagé leurs connaissances et ont contribué au développement dans ce domaine essentiel.

RÉFÉRENCES BIBLIOGRAPHIQUES

Jean-Denis Commeignes, Michelle Fayet. Méthodes de communication écrite et orale 3e édition Dunod , 2008. [\(63\) Michelle Fayet Jean-Denis Commeignes Méthodes de communication écrite et orale 3 e édition | Francois Olivier Millette Gauthier - Academia.edu.](#)

Denis Baril. Techniques de l'expression écrite et orale ; Sirey 11^e Edition, 2008. [Partner download - Archives d'Anna \(annas-archive.org\).](#)

Matthieu Dubost, Catherine Turque. Améliorer son expression écrite et orale toutes les clés ; Edition Ellipses, 2014.
[ia601005.us.archive.org/6/items/matthieudubostcatherineturqueameliorersonexpressionecriteetora/leellipses2014/Matthieu%20Dubost%20Catherine%20Turque%20-%20Am%C3%A9liorer%20son%20expression%20%C3%A9crite%20et%20orale%20-%20Ellipses%202014.pdf.](#)

[Daho Salah Eddine.](#) Cours Communication et technique d'expression. Université de Chlef. Chapitre 1. [Chapitre_1_Researcher-analyser-et-organiser-l'information.pdf \(univ-chlef.dz\).](#)

[Daho Salah Eddine.](#) Cours Communication et technique d'expression. Université de Chlef. Chapitre 2. [Chapitre II Améliorer la capacité d'expression.pdf \(univ-chlef.dz\).](#)

[Daho Salah Eddine.](#) Cours Communication et technique d'expression. Université de Chlef. Chapitre 3. [Chapitre III.pdf \(univ-chlef.dz\).](#)

[Guillaume Gronier.](#) [La communication. Cours.](#) Institut Régional du Travail Social (IRTS, Ban-Saint-Martin, Metz), 2007. [guillemegronier.com/cv/resources/Cours-DynamiqueDeGroupe-Gronier.pdf.](#)

Ray Alexander. Les principes de bases de la communication. Communication & négociation. [E9782370540508.pdf \(lalib.fr\).](#)

Roger Dalam. Cours sur les techniques de communication. Université Africaine de Management et d'Innovations, 2020. [\(63\) COURS SUR LES TECHNIQUES DE COMMUNICATION-ENSEIGNANT ROGER DALAM-UAMI | Dalam Roger - Academia.edu.](#)

[Paul Watzlawick, Janet Beavin Bavelas et Don D. Jackson.](#) [Pragmatics of Human Communication: A Study of Interactional Patterns, Pathologies, and Paradoxes, 1967.](#) [Partner download - Archives d'Anna \(annas-archive.org\).](#) DOI:[10.2307/2798146.](#)

Thomas Schwab. La théorie de la communication. Les 5 axiomes d'après l'école de Palo Alto. [La théorie de la communication D'après l'école de Palo Alto \(ipec-formation.fr\).](#)