

LE JEU ET LA VIDEOSCOPIE EN FORMATION DE COMMUNICATION

Catherine Chabanne - *Accompagnement Professionnel - Formation*

L'apprentissage des savoir faire en communication vise une transformation des comportements. Hors, cette transformation ne relève ni de la volonté, ni de l'effort. Découvrir la fonction utile du comportement inadapté permet de lâcher prise. Ensuite, les conditions qui favorisent la transformation peuvent se mettre en place : un objectif clair, une réflexion sur ses intentions, une observation de ses pratiques et un respect de son écologie personnelle. Le jeu et la vidéo permettent de se voir de l'extérieur dans des situations sans risque. Utilisées avec bienveillance, ce sont des aides précieuses pour provoquer les changements nécessaires.

Le jeu de rôle

Le jeu a toujours été pour l'individu, enfant ou adulte, un mode privilégié d'apprentissage des savoir faire relationnels.

Le jeu met en scène une situation, de préférence la plus proche possible du contexte professionnel des protagonistes (un entretien avec un collègue, son chef ou un client...). Il peut être vécu comme un essai où se révèlent des attitudes que nous ne percevons plus dans notre quotidien.

En situation d'expression orale face à un groupe, la mise en situation permet d'observer la clarté du propos, les effets des automatismes et de la gestuelle. Elle aide à prendre conscience des écarts entre ce que l'orateur veut démontrer, ce qu'il démontre et ce que les autres perçoivent.

Dans son rôle de découverte, de catharsis parfois, d'expérimentation et d'entraînement souvent, le jeu permet de remettre en mouvement ce qui était figé, de répondre autrement aux scénarios répétitifs ou de sortir des interactions contraignantes. Il est « irréel » et pourtant les attitudes de la « vraie vie » se rejouent de manière irrépressible.

Jouée dans un climat de confiance, une mise en situation permet d'improviser, de se mettre à la place de l'autre, d'imaginer, d'expérimenter de nouvelles façons de faire, d'exercer sa créativité sans risque et de trouver des ressources inattendues.

La vidéoscopie et la communication interpersonnelle

L'objectif de la vidéo en communication n'est pas de « voir et corriger ses défauts ».

Ce ne sont pas les caractéristiques individuelles d'une personne qui déterminent la qualité d'une communication. L'efficacité d'un échange réside dans la qualité de la coopération entre les protagonistes, non pas dans la qualité des individus pris séparément. Ce sont les interactions entre les personnes, le contexte et l'enjeu de la situation qui créent les conditions d'une communication de haute qualité.

La vidéo permet de vérifier l'efficacité de ces interactions par rapport aux objectifs visés. Elle montre de manière incontestable notre façon de réagir à une situation. Miroir ou témoin fidèle, la vidéo nous restitue des informations utiles sur les effets d'une « communication en boucle ».

Elle offre la possibilité d'arrêt sur image dans les moments déterminants. Le pédagogue ou coach, lors de l'analyse, veille à la bienveillance des interprétations, il cherche l'intention POSITIVE qui se cache derrière l'attitude des protagonistes.

L'enjeu pour les acteurs n'est plus : quelles sont mes qualités ou mes défauts ? Mais qu'est-ce que je veux dans cette situation et qu'est-ce que je peux faire pour que cet instant de communication soit efficace (le fond) et élégant (la forme) pour tout le monde ?

La vidéo rend visible les prises de consciences transformées et les progrès accomplis. Elle peut renforcer le désir d'un changement durable.

Bibliographie :

Le Jeu de Rôle, Anne Ancelin Schutzenberger, Editions ESF.

Se voir en Vidéo, Yves Bourron et Jean Denneville, Editions d'organisation

Du Désir au Plaisir de Changer, Françoise Kourilsky, Editions Dunod