Introduction

Sans doute est-ce la crise financière récente qui a mis le feu aux poudres : on n'a jamais autant parlé d'authenticité, de valeurs et de profondeur qu'aujourd'hui. La perte de repères crée un effet de balancier vers la recherche de valeurs plus tangibles et sécurisantes. Les gens sont las de la fiction, de la fausseté, du non-tangible, du spéculatif. Ils souhaitent du réel, du vrai, ils veulent éliminer strass, paillettes et masques du bureau pour les placer là où ils doivent être : au théâtre, au music-hall…

Au fil des ans et des rencontres, j'ai souvent entendu la même question dans les entreprises : qu'est-ce qui empêche le respect ? la confiance ? Pourquoi faire de la politique, poignarder dans le dos, trahir, blâmer ? Pourquoi se regarder en chiens de faïence, camper sur nos positions et, dès lors, ne pas se comprendre ? Pourquoi porter tant de masques au travail ? Pourquoi se laisser aller aux jeux de pouvoir et aux mesquineries ? Ce serait tellement mieux si nous pouvions travailler en confiance, nous sentir dans un milieu intègre et honnête. Quand bien même nous créons de la valeur ensemble, nous pouvons le faire avec humanité et respect. Dans le plaisir et avec motivation. Le travail serait tellement plus agréable ! Tous, nous avons le même souhait : établir des liens basés sur la compréhension, le respect, la sincérité, l'intégrité, l'authenticité et cela, quelles que soient les circonstances.

On doit le concept de « communication authentique » à la psychothérapeute et pédagogue canadienne Colette Portelance. Son analyse porte sur la façon dont on crée des liens intimes avec notre entourage. Autant j'ai adoré son livre, autant j'ai pensé qu'il était intéressant de transposer cette notion d'authenticité dans l'univers du travail. Le mot « authenticité » comprend plusieurs acceptions, mais celle qui nous intéresse en communication, *dixit Le Petit Robert*, est

© Groupe Eyrolles

la suivante : « *Qualité d'une personne, d'un sentiment authentique. Sincérité, naturel, vérité.* » Quant à l'adjectif « authentique », il en donne la définition suivante : « *Qui exprime une vérité profonde de l'individu et non des habitudes superficielles, des conventions. (Sincère ; juste, naturel, vrai.)* »

Pour être sincère, juste, naturel et vrai, il est d'abord important de bien se connaître. La première partie de ce livre porte dès lors sur la découverte de soi. En fait, nous sommes comme un œuf à la coque que l'on a décalotté. Le discours, le comportement externe et le langage du corps en sont la partie dénudée. La partie cachée, sous la coquille, mérite toute notre attention. Il s'agit de nos processus d'apprentissage, des scénarios que nous avons élaborés dès la petite enfance, de nos besoins, du développement – ou non – de notre intuition, de nos composantes masculine et féminine, de nos blessures d'enfance et de nos orientations culturelles. Se connaître implique également d'avoir découvert quelles étaient nos vraies valeurs (les nôtres, pas celles de nos éducateurs), de mieux cerner les différentes facettes de notre identité et de savoir à quoi nous sommes reliés (à notre corps, à notre environnement, à une énergie transcendantale, divine ou non, etc.).

Quant aux autres, nous l'analyserons dans la partie 2, ils sont autant d'œufs à la coque. Toujours avec une partie dévoilée, découverte – le langage verbal et non verbal – et une autre immergée. Pour mieux connaître cette dernière chez les autres, des outils extrêmement pertinents existent, notamment le célèbre « métamodèle linguistique » mis au point par les fondateurs de la PNL (programmation neurolinguistique), de même que toute une série d'outils d'analyse transactionnelle, des décodages du corps (je fais allusion à la typologie physique de la Canadienne Lise Bourbeau), les typologies de la personnalité, etc.

Une fois que nous nous connaissons mieux et que nous avons découvert que les autres, tout comme nous, ont leur lot de croyances, scénarios, questionnements, valeurs de vie et *tutti quanti*, il nous reste à trouver le mot et l'attitude justes. Nous le verrons dans la partie 3, la communication authentique commence donc par une attitude réceptrice et ouverte, laquelle, à peu de choses près, se calque

 © Groupe Eyrolles

sur celle du coach ou du manager qui adopte une démarche de coaching : l'écoute active, la reformulation, le recadrage, les questions pertinentes, l'art de la communication indirecte par les métaphores, le poids des mots. Cette communication authentique passe également par l'intelligence émotionnelle, l'art du feed-back, la protection des énergies, le développement de l'assertivité et la mise en œuvre des principes de la communication non violente. Autant de façons de communiquer qui respectent la personne par une réelle volonté d'établir des liens communicationnels puissants et durables. Façons auxquelles s'ajoute la prise de risque de l'attachement et de la création d'une certaine intimité, thèmes chers à Portelance.

La partie 4 pose la question de savoir si l'on peut toujours communiquer avec authenticité. La réponse est oui, mais avec des nuances. S'il est fondamental de rester soi-même, authentique, aligné sur ses valeurs et sincère, il est nécessaire aussi d'adapter son mode de communication à l'environnement (règles de la société, culture) et aux personnes qui nous entourent. Mieux vaut, en effet, se protéger des cannibales d'énergie, des « parasiteurs » de sentiments, des manipulateurs et des malades mentaux qui s'ignorent. De même qu'il faut évidemment respecter les contextes socioculturels, les sensibilités et les conventions sociales. Cette quatrième partie analyse les déviances et propose des techniques de protection.

J'ai conçu ce livre comme une boîte à outils. Chaque chapitre met un outil en œuvre – avec de nombreux exemples – et se termine par une « check-list », qui est une invitation à s'autocoacher. Dans la première partie, les check-lists posent des questions qui vous permettent de mieux vous connaître. Dans la deuxième partie, elles vous aident à mettre en pratique les outils de découverte des autres. Et dans la troisième partie, elles font de même pour la communication interpersonnelle. Le livre est truffé de cas, lesquels sont tous réels et, à une ou deux exceptions près, issus de ma pratique de coaching depuis quinze ans. Seuls les prénoms ont changé, pour respecter la règle de confidentialité.

Il ne me reste plus qu'à vous souhaiter de belles découvertes : sur vous-même, sur les autres et sur le bien-fondé de la communication authentique dans votre travail comme chez vous. Bonne lecture !

© Groupe Eyrolles