

SOMMAIRE

Introduction.....	9
<i>PREMIÈRE PARTIE</i>	
POURQUOI COMMUNIQUONS-NOUS ?	11
<i>Chapitre 1</i> <i>Nous sommes des êtres de relation</i>	13
Sensibilité et identité	13
Expérience et communication	15
Les points clés	24
<i>Chapitre 2</i> <i>Quels sont nos besoins essentiels ?</i>	25
Besoins physiologiques	25
Besoins sociaux	26
Besoins d'estime de soi.....	28
Besoins d'accomplissement personnel	28
Besoins de sécurité et de liberté	29
Les points clés	34
<i>DEUXIÈME PARTIE</i>	
COMMENT COMMUNIQUONS-NOUS ?	35
<i>Chapitre 1</i> <i>Des premières découvertes prometteuses</i>	37
Les modèles de Shannon et Wiener	37
Le modèle de Lasswell	39
Les points clés	41
<i>Chapitre 2</i> <i>Des nouvelles approches pour mieux comprendre la communication</i>	43
Carl Rogers et l'approche humaniste	43
L'approche systémique : une révolution dans la compréhension du phénomène « communication »	44
L'École de Palo Alto	50
La PNL	84
Les points clés	111

TROISIÈME PARTIE

COMMENT OPTIMISER NOTRE COMMUNICATION ?	113
<i>Chapitre 1</i> Clarifier les objectifs	115
Les points clés	135
<i>Chapitre 2</i> Cultiver la confiance en soi et l'estime de soi	137
Qu'est-ce que la confiance en soi ?	137
Qu'est-ce que l'estime de soi ?	141
Le parrainage	143
Les points clés	150
<i>Chapitre 3</i> Créer des relations de qualité	151
L'écoute active et la disponibilité à l'autre	151
Diversité des sensibilités et progression de l'échange	159
Se synchroniser pour établir le rapport avec l'autre	160
Allier communication et créativité	179
Les points clés	185
<i>Chapitre 4</i> Communiquer efficacement en équipe	187
Dynamique et fonctionnement des groupes	187
Contribuer à la cohésion d'une équipe de travail	193
Le leadership et la conduite des groupes	197
Apprivoiser le changement dans les organisations	203
Les points clés	209
Conclusion	211
Bibliographie	213
Glossaire	217
Index	227