

LA COMMUNICATION NON VIOLENTE

1. De quoi s'agit-il ?

Il s'agit d'un **outil de communication**, principalement verbal, qui peut **servir à la résolution de conflits** entre deux personnes ou au sein de groupes. C'est aussi une **méthode** visant à créer entre les êtres humains des **relations fondées sur l'empathie**, la **compassion**, la coopération harmonieuse et le respect de soi et des autres. . Ils font l'objet d'une **marque déposée sous l'appellation Communication non violente (Non violent Communication)**.

Marshall B. Rosenberg a créé **les bases de la CNV en s'inspirant de la pensée de Gandhi et de Krishnamurti**. Il observe que leur façon de penser et donc leur façon de parler et d'agir permet une véritable transformation du regard porté sur le monde grâce à la capacité d'empathie qu'ils pratiquent envers tout un chacun et grâce à leurs compétences mises au service d'actions concrètes favorisant le changement social.

L'apparition en France de la CNV, date de quelques années seulement, suite aux conférences d'un ancien avocat Thomas d'Ansembourg, auteur du célèbre "Cessez d'être gentil, soyez vrai". La méthode connaît depuis un retentissement important du fait de ses applications à la médiation.

La CNV nous incite à **chercher avant tout à assumer la responsabilité de nos choix et à améliorer la qualité de nos relations avec les autres et avec nous-mêmes**. Elle est efficace même lorsque la personne ou le groupe en face de nous ne connaît rien du processus.

La démarche CNV peut être utilisée dans le but d'**améliorer l'efficacité de la relation d'aide et des accompagnements** individuels ou d'équipes, les coachings, les médiations dans la sphère sociale ou familiale. Elle est également très utile dans la gestion de conflits. **Elle se combine parfaitement avec l'utilisation d'autres outils thérapeutiques tels que le coaching, la Gestalt, l'Analyse transactionnelle, la PNL, la systémique,...**

1.1. Le pionnier : Marshall B. Rosenberg :

Durant les années 1960, dans un contexte de conflits raciaux et socioéconomiques, Marshall B. Rosenberg, docteur en psychologie clinique, a commencé à appliquer sa méthode auprès de diverses communautés américaines qui travaillaient à rétablir l'harmonie dans des écoles et diverses institutions publiques. Il a été fortement inspiré par les travaux du psychologue américain Carl Rogers (1902-1987), dont il a été l'élève, qui a mis au point l'approche centrée sur la personne. En 1984, les succès obtenus avec son approche l'amènent à créer le Centre pour la Communication Non Violente ayant pour mission de diffuser et de faire connaître la Communication Non Violente à travers le monde. En 1999, il publie *Nonviolent Communication: A*

Language of compassion, traduit en français sous le titre *Les mots sont des fenêtres (ou des murs)*, qui présente sa méthode de façon très pratique et concrète.

http://www.passeportsante.net/fr/Therapies/Guide/Fiche.aspx?doc=communication_non_violente_th

1.2. Citations

- M. Rosenberg : « Tout conflit est l'expression tragique d'un besoin insatisfait »[38].
- M. Rosenberg, à propos de l'attitude face aux erreurs : "Le but de la vie n'est pas d'être parfait. Toute chose qui vaut la peine d'être faite vaut la peine d'être faite mal."[39]
- Thomas d'Ansembourg : « La violence n'est pas notre nature, mais l'expression de la violation de notre nature »..

1.3. Symbolique

- Pour illustrer l'application de la démarche CNV, Marshall Rosenberg utilise la métaphore de la girafe et du chacal. La girafe représente la personne en situation de communication non-violente, le chacal symbolise la violence présente dans les situations de communication. Ainsi l'apprentissage de la CNV consiste à passer d'une communication "chacal" à une communication "girafe". Il n'y a pas de jugement de valeur dans le choix de ces animaux.
- Le « conditionnement culturel », pour Marshall Rosenberg, est la façon que nous aurions de porter des jugements sur les choses et les êtres en termes de « vrai » ou « faux ».
- « Se mettre en lien avec soi-même » pourrait s'expliquer comme : prendre pleinement conscience des sentiments et besoins qui nous habitent et qui, au départ, sont juste « vaguement conscients »
- « Donner naturellement à partir de son cœur » pourrait se définir comme une générosité spontanée et volontaire, qui ne provient pas d'une contrainte ou d'une obligation morale extérieure

2. Processus de Communication NonViolente

Le processus de Communication NonViolente peut être utilisé de trois manières :

- communiquer avec soi-même pour clarifier ce qui se passe en soi (auto-empathie) ;
- communiquer vers l'autre d'une manière qui favorise la compréhension et l'acceptation du message ;

- recevoir un message de l'autre, l'écouter d'une manière qui favorise le dialogue quelle que soit sa manière de s'exprimer.

Pour que ce processus favorise réellement la coopération et le dialogue, cela suppose :

- une attention au moment présent ;
- une intention claire de favoriser le dialogue et la coopération.

3. Les quatre étapes de la CNV

Qu'il s'agisse de clarifier ce qui se passe en soi ou de communiquer avec d'autres, la méthode de la CNV peut être résumée comme un cheminement en quatre temps :

- *Observation (O)* : décrire la situation en termes d'observation partageable ;
- *Sentiment et attitudes (S)* : exprimer les sentiments et attitudes suscités dans cette situation
- *Besoin (B)* : clarifier le(s) besoin(s) ,
- *Demande (D)* : faire une demande respectant les critères suivants : réalisable, concrète, précise et formulée positivement. Si cela est possible, que l'action soit faisable dans l'instant présent. Le fait que la demande soit accompagnée d'une formulation des besoins la rend négociable.

Cependant, il ne s'agit pas d'une manière de parler qu'il faudrait suivre à tout prix. Les concepts proposés sont des repères, destinés à faciliter l'expression de la bienveillance, et non pas des règles à suivre¹. On remarquera alors par exemple si nos besoins ne sont pas clairs pour notre interlocuteur, ou si au contraire, les besoins de notre interlocuteur ne nous apparaissent pas clairement.

Dans une situation de communication, l'ordre de présentation des étapes est indifférent : on peut très bien commencer par exprimer ses sentiments (S), générés par une situation (O), puis parler de ses besoins (B) pour présenter une demande (D). L'important est de présenter toutes les étapes.

3.1. Observer les faits

Quand nous décrivons une situation, nous exprimons différentes choses :

- des observations objectives (ce qu'on a vu, ce qu'on peut logiquement en déduire sans faire d'hypothèse particulière)

- des évaluations (penser en termes de bien ou de mal, qualifier la personne ou la situation etc.)
- des interprétations (faire de conclusions qui se basent sur des présupposés)

Du point de vue de la CNV, les évaluations et les interprétations sont légitimes et peuvent être exprimées. L'important est de les distinguer des observations objectives et de préciser que c'est ce que nous imaginons. Rosenberg fait référence à auquel il prête la pensée suivante : « Observer sans évaluer est la plus haute forme de l'intelligence humaine »

Il recommande d'éviter d'utiliser des évaluations et des jugements, parce que si notre interlocuteur se sent jugé, il aura tendance à s'investir dans l'autodéfense plutôt que la compréhension. Par ailleurs, les évaluations rendent le monde statique, alors qu'il est en transformation constante. Comme l'explique Wendell Johnson, le langage est un instrument imparfait invitant à parler de stabilité et de normalité, alors que la réalité est changeante et faite de différences. La CNV recommande de parler de faits concrets pour décrire les événements plutôt que d'attribuer des caractéristiques définitives à l'interlocuteur ou au monde ce qui l'enferme mentalement dans une case. Alors qu'en parlant de faits concrets, on ouvre la possibilité de formuler des demandes d'actions précises à réaliser dans le futur.

Ex. : "Tu es un fainéant" (jugement) s'oppose à "Cela fait une semaine que tu n'es pas sorti" (fait observable).

Obstacles à l'expression des observations :

- Ne pas avoir vraiment l'intention de communiquer, mais être dans un rapport de pouvoir ou de compétition.

3.2. Exprimer ses sentiments et ses attitudes

Il s'agit autant de sentiments que d'attitudes, par exemple avoir peur, être curieux, être surpris etc. Afin de pouvoir communiquer ce qui se passe en nous, la CNV nous invite à développer un vocabulaire affectif pour exprimer toute la palette d'émotions qui peuvent nous toucher²².

Un des pièges habituels dans l'interprétation des sentiments est de faire l'amalgame entre les émotions et la perception que l'on se fait de l'autre, de ses agissements et de ce qu'on imagine faire²³. Par exemple, si l'on dit à quelqu'un qu'on se sent ignoré par lui parce qu'il ne nous a pas dit bonjour, on ne décrit pas nos sentiments mais notre interprétation de son comportement. Nos sentiments peuvent ici être de la tristesse ou de la frustration.

De même, certaines expressions cultivent la confusion entre sentiment et jugement. Par exemple, "j'ai le sentiment que tu ne m'aimes pas" n'est pas un sentiment mais un jugement : on interprète le comportement de l'autre.

De manière générale, à chaque fois qu'intervient le mot "tu" dans une phrase ("vous", "les autres", ...), la probabilité est très forte qu'il s'agisse d'un jugement et non d'un sentiment.

Obstacles à l'expression de sentiments et attitudes :

- Avoir peur de communiquer sur ce que l'on considère comme intime par pudeur, par peur du regard des autres, etc.

3.3. Exprimer les besoins

Quand nous ne sommes pas conscients du lien entre nos besoins et nos sentiments, nous croyons que ce sont les situations qui, seules, provoquent ce que nous ressentons et nos attitudes²⁴. Entre les actions des autres et nos sentiments, il y a nos besoins qui sont un élément de causalité intermédiaire. D'où l'importance de déterminer les besoins et de les assumer. Par ailleurs, si l'on accompagne nos demandes de l'explication des raisons profondes, on permet à l'autre de nous comprendre et, si jamais il ne peut accepter ce que nous demandons, il proposera plus spontanément une alternative permettant de satisfaire à la fois le porteur de la demande et lui-même²⁵.

Pour la CNV, les besoins sont les mêmes pour tous, mais leur expression diffère selon les personnes, les époques, les cultures.

3.3.1. Obstacles à l'expression des besoins :

- Le conditionnement social ou familial qui réprime l'expression des sentiments
- Un manque d'habitude à exprimer ses besoins
- Le manque de vocabulaire pour exprimer ses sentiments et ses besoins (je vais "bien", je vais "mal")
- Croire qu'on se met en situation de faiblesse (risque d'être critiqué ou manipulé)
- Ne pas croire que l'autre puisse faire preuve de bienveillance à l'égard de nos besoins

3.4. Demander les actions que l'on souhaite

La CNV nous invite à traduire nos besoins généraux en demandes concrètes, c'est-à-dire concernant des actions précises nécessaires pour satisfaire les besoins les plus urgents²⁶, ou bien de prévoir des actions possibles afin de répondre à un problème qui pourrait se (re)produire dans le futur. Selon les principes de la CNV, il n'est pas nécessaire d'utiliser les exigences, la menace, les ordres ou la manipulation. De telles méthodes sont même considérées comme entraînant des conséquences négatives, par exemple de la peur ou de la frustration, et ne suscitent pas la bienveillance chez notre interlocuteur.

Pour M. Rosenberg, une demande a toutes les chances d'être entendue quand elle est :

- active et positive : demander ce que l'on veut, et non pas ce que l'on *ne veut pas*, exprimée dans un langage incitant à l'action.
- consciente et explicite : les demandes implicites sont sources de mauvaise interprétation et de désarroi pour ceux à qui elles s'adressent.
- simple, claire et précise : le but de la demande est clair pour tous et sa réalisation est à la portée de l'interlocuteur.

Rosenberg distingue "**demande**" et "**exigence**". Il constate que les demandes sont fréquemment perçues comme des exigences, actes de domination auquel on répond soit par la soumission soit par la révolte²⁷. Il insiste donc sur la différence entre les deux.

On peut les distinguer par leur forme ou leur contenu. Les demandes exprimées sur un mode autoritaire ou contenant des termes qui expriment l'obligation ("il faut", "on doit", "c'est comme ça", verbe à l'impératif, etc.) sont des exigences.

Parfois leur expression est identique : "Veux-tu aller faire les courses ?" sera une demande ou une exigence, selon le contexte. On les distingue alors par l'attitude du demandeur face à un refus.

Si le refus génère chez lui un sentiment négatif (peur, colère, frustration, tristesse), sa demande était une exigence. Le sentiment négatif va alimenter une communication où jugements et critiques vont tenir une grande place, mettant en danger la relation. Le demandeur porte souvent ses critiques sur la personne à l'origine du refus ("tu dis toujours non", etc.) mais peut aussi se les adresser à lui-même ("quel imbécile d'avoir demandé ça !")

Si au contraire le demandeur reste serein face au refus et manifeste de l'empathie envers les besoins de son interlocuteur, il garde la communication ouverte. Il s'agit bien d'une demande, au sens de la CNV. Ce que Rosenberg exprime ainsi : « Dès lors que nous sommes prêt à écouter pleinement ce qui empêche l'autre de faire ce que nous lui demandons, nous formulons une demande, selon ma définition, et non une exigence. »

4. Les besoins

Ils sont à la base de la CNV. Marshall Rosenberg les définit ainsi : « Les besoins sont des manifestations de la vie ». Il les considère comme des cadeaux « beaux et précieux »²⁸. Dans ses interventions, il incite ses interlocuteurs à en parler en leur demandant de répondre aux questions suivantes :

- Qu'est-ce qui est vivant en nous ?
- Qu'est-ce qui pourrait nous rendre la vie plus belle ?

4.1. Caractéristiques

Marshall Rosenberg les définit ainsi :

- ils sont universels (communs à tous les êtres humains) ;
- ils sont l'énergie vitale qui nous mobilise pour agir dans le sens qui va nous faire croître ;
- ils sont indépendants de tout contexte. Notamment, ils ne sont attachés :
 - ni à une personne en particulier,
 - ni à un objet,
 - ni à une action,
 - ni à une situation particulière ;
- il y a un nombre infini de manières de les satisfaire. M. Rosenberg appelle "stratégies" les actions que l'on met en œuvre pour les satisfaire.

Quelques précisions sur le sens du mot "besoin" :

- « Un besoin n'est jamais quelque chose que l'on peut faire, ni quelque chose que l'on peut prendre ou toucher. »[29]. Mais on peut identifier la satisfaction ou non de ses besoins par une sensation physique.
- Voir la carte de sentiments et de besoins qui permet de distinguer le besoin au sens de la CNV de l'usage courant du mot besoin (par exemple : « j'ai besoin d'une bonne bière » ou « j'ai besoin que tu sois gentil avec moi »)[30].

4.2. Liste des besoins

Dans la perspective de Max-Neef, reprise par Rosenberg, neuf besoins fondamentaux recouvrent à peu près toute la palette des besoins humains :

- Besoins physiologiques, bien-être physique ;
- Sécurité ;
- Empathie, compréhension ;
- Créativité ;
- Amour, intimité ;
- Jeu, distraction ;
- Repos, détente, récupération ;
- Autonomie ;
- Sens, spiritualité ;

Chacune de ces familles de besoins contient les besoins détaillés. Ex. dans les besoins physiologiques on trouve : la faim, la soif, le besoin de dormir, etc.

Il n'existe pas de liste définitive des besoins. Le site du Centre pour la Communication NonViolente donne une liste de besoins classés par famille en précisant « La liste de besoins suivante n'est ni exhaustive ni définitive. Elle est destinée à être un point de départ pour toute personne souhaitant approfondir la connaissance de soi et pour faciliter une meilleure compréhension et une meilleure relation entre les personnes. ».

[http://fr.wikipedia.org/wiki/Communication_non-violente_\(Rosenberg\)](http://fr.wikipedia.org/wiki/Communication_non-violente_(Rosenberg))