



HAL
open science

“ Entre un mot, il y a un gouffre ” : les difficultés de l’écoute en entretien

Jean-Francis Blondel

► To cite this version:

Jean-Francis Blondel. “ Entre un mot, il y a un gouffre ” : les difficultés de l’écoute en entretien. Kabaro, revue internationale des Sciences de l’Homme et des Sociétés, 2000, Anthropologie, psychologie, sociologie, I (1-2), pp.81-90. hal-03485443

HAL Id: hal-03485443

<https://hal.univ-reunion.fr/hal-03485443>

Submitted on 17 Dec 2021

HAL is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L’archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d’enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.

« ENTRE UN MOT, IL Y A UN GOUFFRE » : LES DIFFICULTÉS DE L'ÉCOUTE EN ENTRETIEN

JEAN-FRANÇOIS BLONDEL

CONSULTANT EN GESTION DES RESSOURCES HUMAINES - LA RÉUNION

Résumé

Utilisé dans la recherche, la psychothérapie, les enquêtes sociales, ou dans la résolution des problèmes humains, l'entretien nécessite des conditions et une manière d'écouter, sous peine d'altérer sensiblement son efficacité. L'écoute active, à base de reformulations, permet d'encourager et de respecter le sujet en questionnement sur lui-même. Écouter suppose que l'auditeur cherche à capter l'originalité du vécu de l'autre, ce qui exige une vigilance importante envers la relation *interviewer-sujet*.

Mots clés : entretiens, écoute active, relation *interviewer-sujet*.

Abstract

Whether used in research, psychotherapy, social enquiries or the solving of human problems, the interview must be carried out under certain conditions and requires an ability to listen in order for it to be effective. Active listening, based on rewording, encourages the interviewee to speak whilst respecting his/her self-questioning. Listening implies that the listener strives to capture the originality of the other's experience. This demands a high level of vigilance within the interviewer-interviewee relationship.

Keywords : *interview, active listening, interviewer-interviewee relationship.*

Chacun pense savoir écouter, et le déclare ouvertement à qui veut l'entendre. Près de trente ans d'animation de formations à l'écoute, et de pratique dans le cadre de la psychothérapie (en particulier de couples), m'incitent à conclure que d'écouter n'est pas une activité si simple que chacun peut improviser pour communiquer avec ses semblables (quelle que soit la finalité de la communication). Soulignons ici quelques obstacles majeurs et fondamentaux qui se rencontrent dans toute écoute, en particulier lors d'entretiens non directifs centrés sur une personne et son vécu. Ces entretiens sont utilisés dans le cadre d'enquêtes, d'aide psychologique, de recherche de motivations, d'éducation sociale, de guidance, quand il s'agit de comprendre les problèmes humains et relationnels dans les groupes et de découvrir des solutions adaptées aux problèmes interpersonnels en général. Défini par Carl Rogers (Rogers, 1966, 1970), « l'entretien non directif centré sur le client » se posait comme

un outil thérapeutique, incitant l'aidé à assumer la responsabilité de la démarche thérapeutique, à prendre en charge son ajustement personnel à une situation qui lui pose problème. Si l'entretien tel que le définit Rogers a son utilité thérapeutique, il n'est pas dans ce propos d'en faire une analyse épistémologique. Notre propos vise plutôt à montrer l'apport de ces recherches dans tout cadre d'entretien, qu'il soit thérapeutique effectivement, ou qu'il s'inscrive dans le cadre d'une recherche (enquête non directive), ou tout simplement quand il s'agit de comprendre *ce qu'exprime l'autre au travers de ce qu'il dit*. Par contre, ces propos ne sont pas transposables aux enquêtes journalistiques, centrées sur ce qui intéresse le public, et non sur la compréhension de la personne. Le développement de l'outil « entretien centré sur la personne » a permis de définir des règles utiles pour tous les utilisateurs de l'écoute à fin de compréhension du vécu, que nous allons d'abord résumer, quitte à les présenter de façon aride et systématique. Le cadre limité de cet exposé limite les nuances.

Par convention de langage, nous désignerons ici par « client » la personne qui s'exprime, et sur laquelle est centré l'entretien, et par « interviewer » celui qui écoute et cherche à comprendre les propos de l'autre.

RÈGLES DE BASE EN ENTRETIEN

Elles servent de cadre à toute relation d'écoute. Fort bien exposées par Roger Mucchielli (Mucchielli, 1972), elles peuvent se résumer en quelques impératifs qui déterminent le succès de tout entretien :

- *Durée et moment* : un entretien dure entre 45 et 90 minutes. L'expérience montre que l'efficacité est réduite, voire nulle, si on ne consacre pas ce temps nécessaire à l'écoute. *Grosso modo*, on peut différencier trois phases d'environ vingt minutes : mise en ambiance et approche graduelle, puis prise de conscience réelle sur soi, son vécu (ce qui est le début réel de l'entretien), et enfin éclaircissement (qui est la finalité de l'entretien). Le moment choisi est aussi une variable parfois importante, on le conçoit : celui qui est pressé ou a sommeil tend à abréger, forcer...
- *Le cadre décor* : un lieu permettant une écoute aisée et non interrompue est nécessaire. On élimine téléphone, possibilité de dérangement ou d'interruption brusque, etc. Le lieu doit être intime et apporter un minimum de confort, favoriser l'égalité et la coopération : pas d'interviewer protégé derrière son bureau et de client enfoui dans un profond fauteuil, par exemple. Cela génère une hiérarchie peu propice à la détente du client.

- *Le cadre social* : entre un PDG et un de ses ouvriers, comme entre un parent et son enfant, il est difficile de créer une ambiance détendue et confiante. Entre un médecin et un malade aussi, en définitive, alors que le médecin jugera telle faute de régime, tel excès de tabac ou d'alcool, interdira justement les plats préférés, etc. Cette influence de la différence de statut social peut être maîtrisée et gommée lors d'un accord préalable, le plus souvent.
- *Les stéréotypes* : (sexuels, liés à l'âge, à l'appartenance à tel groupe social, etc.) génèrent des a priori qui influencent chacun, orientent vers une défense ou une argumentation spécifique destinée à convaincre. Ces réactions affectives d'attraction ou de répulsion orientent parfois de façon décisive l'entretien, par exemple lorsque l'un découvre que l'autre appartient à un groupe social haï, ou lors d'attirance (ou répulsion) sexuelle. Les idéologies de chacun peuvent influencer l'expression du client et fausser l'entretien. Ces variables peuvent être maîtrisées par un accord préalable, mais justifient une vigilance particulière.
- *Non directivité* : ce concept valorisé par Rogers a souvent été déformé comme « non interventionnisme ». Par son silence, l'*interviewer* induit méfiance et infantilisation, frustration et irritation chez le client, selon la manière dont il interprète le silence (hostile, méprisant, évaluatif, ambigu...) Bien au contraire, l'entretien non directif impose de nombreuses interventions de l'*interviewer*, celui-ci « re-formulant » pour vérifier qu'il a bien suivi et compris ce qu'exprime son client, tendant vers la clarification du vécu dans la situation. La non-directivité découle de cette authentique intention de comprendre autrui au travers de sa sensibilité et de sa subjectivité, d'accueillir son vécu sans le déformer, ni le critiquer, ni le juger. Le terme de *non directivité* évoque la volonté de laisser le client présenter sa situation comme il le veut, et exclut donc le questionnaire d'inquisition, les interprétations théoriques généralisantes et dépersonnalisantes du genre « vous êtes un obsessionnel compulsif typique » (= comme décrit dans le DSM IV, donc vous êtes comme tous les autres atteints de TOC)¹, les inductions (qui dictent le sens de la réponse), les manipulations affectives (consolation, apitoiement) et les solutions de l'*interviewer* (qui empêchent le client de trouver les siennes). Par le concept de l'écoute « centrée sur le client », Rogers exprime la volonté de l'*interviewer* d'éviter d'induire le discours du client, et de renforcer toute intervention qui augmente la liberté d'expression spontanée du client. C'est ainsi que les interventions de l'*interviewer* se limitent à la « reformulation » dont il faut dire ici quelques mots.

1 Troubles obsessionnels compulsifs.

LA REFORMULATION

Le terme évoque la redite, le psittacisme (« répète Jacquot »). S'il en était ainsi, il vaudrait mieux s'abstenir. La reformulation est la partie « active » de l'écoute (d'où le nom « d'écoute active » attribué à cette façon de gérer la relation *interviewer-client*), lors de laquelle l'*interviewer* reprend les propos du client, les résume et les clarifie, *en utilisant d'autres mots*. La reformulation joue alors plusieurs rôles décisifs dans la relation *interviewer-client* :

- Le premier rôle est de *générer la dynamique de l'entretien*, de le rythmer, d'en faire un lieu d'échange où l'*interviewer* se positionne dans la recherche de l'authenticité de son client, dans l'accompagnement de la démarche du client. Par la reformulation, l'*interviewer* témoigne de son intérêt pour ce qui est exprimé, pour le client et son vécu, de sa volonté d'accompagner le client et de l'aider à y voir clair. Toute reformulation construit et borne l'itinéraire parcouru par le client, l'encourage à continuer et à s'exprimer, et lui rappelle la présence bienveillante de l'*interviewer*.
- La reformulation permet à l'*interviewer* de *vérifier et de contrôler ce qu'il a cru comprendre* de ce qui a été exprimé par son client, parfois de rectifier son accompagnement. Symétriquement, elle permet au client de contrôler l'écoute de son interlocuteur, de rectifier les éventuelles déformations, et de *mieux maîtriser sa communication*. Le client « garde les rênes ».
- La reformulation *résume et redit d'une autre manière*, en synthèse, ce que le client a exprimé. C'est une véritable révélation pour le client que de retrouver sous un autre angle et avec d'autres mots les propos qu'il a pu tenir, résumés et structurés (ce qui a un effet de contraste facilitant la connaissance de soi).
- Autre intérêt notable de la reformulation : elle met en relief les *erreurs et failles de décentrement de l'interviewer* dans la compréhension du vécu du client. Le paradoxe n'est qu'apparent : les difficultés de compréhension de l'*interviewer* incitent le client à fournir un effort pour clarifier son vécu, et entretiennent l'idée d'une relation humaine égalitaire, ce qui évite l'écueil de la relation invalidante typiquement maître-esclave. En effet, lorsque l'*interviewer* reste silencieux, ne révèle pas ses pensées, écrit (s'approprie le discours du client), et de temps en temps se révèle par une formule ambiguë (magique), il se positionne en maître souverain, forçant le client à se soumettre à ses interprétations et dictats. Cette attitude manipulatrice induit des réactions protectrices et de dépendance, celles qu'induit toute domination. On conçoit l'importance de la reformulation dans toute relation où tend à s'établir cette domination du *fait même de l'attente d'aide* du client : médecin-malade,

- psychothérapeute-client, parent-enfant, toutes relations dans lesquelles le client abandonne la gérance de sa vie et la confie à un être mythique (un « grand-plus-fort », un père d'une perspicacité toute puissante et jaloux de conserver sa clef des symboles, son pouvoir), sacrifiant par cette attitude tout espoir de grandir et de s'épanouir, de s'autonomiser.
- Enfin, et c'est la finalité de l'entretien par écoute active, la reformulation tend à *éclaircir le vécu* du client dans cette situation, montrant les liens de cause à effet, les mécanismes d'adaptation mis en œuvre par le client. De ces éclaircissements découlent les solutions possibles que le client peut inventer et mettre en œuvre pour résoudre ses problèmes d'adaptation. Par l'éclaircissement, le client acquiert une maîtrise de sa situation, et donc confiance en soi et autonomie. Pour cet éclaircissement, l'*interviewer* est d'un apport précieux : il n'est pas impliqué dans la situation-problème (en théorie, voir plus loin), dispose d'un point de vue extérieur qui facilite une vision claire et synthétique, schématique, qui aidera le client à prendre de la distance et à structurer son psychisme.

ÉCOUTE ET LANGAGE

L'utilisation du langage, et donc de mots et de phrases dont le sens est l'objet de conventions, est certainement le principal obstacle de toute compréhension de l'autre. C'est ce qu'un stagiaire a résumé dans cette formule osée : « entre un mot, il y a un gouffre ». Il manifestait ainsi sa surprise de constater l'hermétisme d'une communication générée par l'utilisation du même mot. En situation, il écoutait sa cliente utiliser le mot « sensible » dans un sens éminemment laudatif, alors que pour lui ce mot ne pouvait qu'être évocateur d'un triste travers. Pour lui, apprécier les êtres sensibles ne pouvait qu'évoquer quelque attirance vers l'infirmité de l'autre, et donc quelque propension masochiste, ce qu'elle niait fermement. Pour elle, ce même mot évoquait une vertu rare et précieuse permettant délicatesse, mais aussi précision et nuances. Le sens des mots n'est pas que conventionnel. La guerre fut évitée par la reformulation...

Lors de son acquisition, le nouveau mot est capté au sein d'un réseau d'informations disparates, parmi lesquelles « l'objet » désigné est associé à un état affectif particulier. La musicalité du mot lui-même, les attitudes de celui qui le prononce, le climat relationnel du moment, le ton sur lequel est prononcé le mot, les conditions particulières lors de l'acquisition du mot, *imprègnent de sens* chaque mot, même le plus neutre en apparence. On pourrait penser que l'apprentissage de l'addition ne posera pas de problème particulier à cet enfant dont l'intelligence laisse envisager des facilités en mathématiques. Pourtant, ce mot peut être évocateur de la

petite sœur qui s'ajoute à la famille, lui « vole » sa mère... Le mot « division » n'a pas le même sens en mathématiques que dans cette famille dont les parents sont en instance de divorce. Pourtant, c'est encore une opération mathématique, qui devrait exclure tout sentiment. Le mot « ciel » n'est pas neutre non plus quand il évoque le lieu de séjour du disparu. Aucun mot n'est neutre, en définitive, et la prononciation de chaque mot s'accompagne de son cortège de sentiments, de revécus automatiques. L'acquisition du mot est une expérience affective, qui suit des lois d'apprentissage dans lequel sont impliqués émotions et sentiments, liens avec le « monde » (Blondel, 1998). L'affectivité se niche au sein des mots. Elle leur donne un *sens* bien particulier, parfois très éloigné des conventions du dictionnaire. Par symétrie du mécanisme, celui qui prononce le mot se met ainsi dans un état affectif particulier qui induit le choix des mots suivants et génère un état d'âme. Chaque sujet a ses mots favoris, avec lesquels il instaure une relation chargée de sens. Certains mots sont érotisés, d'autres induisent la peur, évoquent des liens affectifs parfois très anciens. « J'entends mon père, méprisant, à chaque fois que j'utilise ce mot », dit ce client à propos de la couleur verte. La plupart du temps, nous ne sommes pas conscients du sens que nous donnons à chaque mot que nous prononçons, alors que notre état affectif est influencé par ces mots et ces phrases, et même certains sons non codifiés par le dictionnaire mais très familiers, tels ceux appris dans les bandes dessinées.

Bien évidemment, les premiers mots appris sont encore plus lourdement chargés de sens, car ils l'ont été alors que l'affectivité de l'enfant était peu structurée, dans un climat relationnel mal maîtrisé. Certains ne parviennent pas à prononcer le mot qui désigne leur père ou leur mère, ou tel prénom. Prononcer le mot, c'est rétablir le contact, renouer le lien, revivre la relation. Revivre, c'est ce qu'induit le mot.

« Et là, sous l'effet de cette langue retrouvée, réentendue, il se mit à pleurer. Une fois apaisé, il m'expliqua que les expressions alsaciennes qu'il venait de prononcer étaient celles que sa mère utilisait couramment » (Miollan, 1996).

Traduite en une autre langue, la phrase acquiert un nouveau sens pour le sujet, évoque un autre vécu, un autre monde relationnel. Comme les blagues, les expressions populaires perdent tout sens à la traduction, on le sait. L'erreur à ne pas commettre serait de croire qu'il suffit de parler la même langue pour se comprendre, et qu'un créole est mieux armé pour comprendre un autre créole, un belge un autre belge, etc. L'apparente facilité offerte par la communauté de langage s'accompagne d'un lourd handicap : quand l'expression est connue des deux, on ne se pose pas la question sur le sens que chacun lui donne. Et là réside le principal piège du langage : *interviewer* et client croient que le même mot désigne la même

chose, que l'expérience du mot est commune, alors que seul le mot est commun, évoquant parfois des vécus diamétralement opposés.

ÉCOUTE ET ACCÈS AU SENS

Ce qui est ici dit sur les mots est tout aussi valable pour les attitudes, gestes, mimiques, les intonations, bref de tout ce qu'on appelle le « para-langage » qui accompagne chacune de nos phrases et nous permet de leur attribuer un sens. Accéder au sens nécessite avant tout de capter ces multiples informations, et de se poser la question : « qu'est ce que tout ça signifie pour cette personne dans cette situation particulière ? » (celle de l'entretien). Car le client n'exprime pas cette phrase gratuitement. C'est bien dans cette situation, dans la relation avec cet *interviewer*, qu'il exprime ça.

Ce fut un constat troublant, lors de formation de groupes à l'aide psychologique : le même client aborde sa problématique de manière très différente, avec un langage différent, des attitudes différentes, selon l'*interviewer* avec lequel il se trouve. Le discours tenu change parfois radicalement selon l'interlocuteur. Pourtant, le client se centre sur lui et sur son problème. La naïveté nous ferait croire que, focalisé sur ses soucis, il exprimera les mêmes préoccupations. Tel n'est pas le cas, ce qui montre à l'évidence l'influence qu'exerce l'attitude de l'*interviewer* sur la démarche du client. On pourrait croire que des spécialistes de l'aide neutraliseraient mieux leur influence. Tel n'est pas le cas, bien au contraire. Chaque aidant, même très expérimenté, oriente par infimes « touches » le discours du client, ne serait-ce que parce qu'il réagit à certains propos et pas à d'autres, comprend plus vite certains vécus que d'autres, etc. L'*interviewer* expérimenté accède parfois plus difficilement au sens du discours du client qu'un...débutant ! Encore un paradoxe apparent, qui nous permet de souligner ici un aspect décisif de l'écoute : l'accès à l'*étrangeté*. L'autre est *comme moi* seulement en apparence. En réalité, il est totalement étrange, et quand je crois reconnaître un vécu familier, c'est mon incapacité de décentrement, d'empathie, qui est en cause. Appelons « écho » ce phénomène par lequel on croit comprendre l'autre par similarité de ressenti. « C'est comme moi. » est l'erreur la plus fréquente du débutant qui croit écouter l'autre alors qu'il vient de trouver un prétexte pour se centrer sur soi. Invariablement, l'erreur est induite par la communauté de vocabulaire, renforcée le plus souvent par le désir de comprendre, de *prendre en soi*, d'arrêter la recherche. En décidant que j'ai compris, je ne me pose plus la question du vécu de l'autre ; j'ai décidé qu'il était commun, ce qui est pratique. Lourde erreur. L'autre est, et reste, étranger, et je ne puis me l'approprier (le comprendre) qu'en jetant un « pont » de communication,

un lien vivant en perpétuelle reconstruction, un lien de traduction de l'autre en symboles qui me permettent de maintenir un contact et de parvenir à une relative empathie. Mais l'autre symbolique n'est pas l'autre réel. Et l'être dont je me fais une représentation symbolique n'est pas celui qui souffre et s'exprime, qui demande de l'aide. Ecouter, c'est déformer, c'est être conscient des déformations qu'induit l'écoute, et de l'impossibilité d'être neutre. Nous n'avons pas assez de nos cinq sens, de notre intelligence et de toute notre affectivité pour écouter. Et nous devons nous défier du « j'ai compris » qui arrête la recherche d'empathie, qui catalogue l'autre et le réduit à quelques symboles mécanisés (« voilà sa problématique »). Accéder au sens, c'est s'utiliser comme une « antenne » qui tend à capter l'influence de l'autre, les modifications qu'induit cette influence en nous. C'est le mieux que nous puissions faire, et cela suffit à aider (Miollan, 1996). Le « bon *interviewer* » est un caméléon de l'affectivité qui sait maintenir sa structure, son identité, malgré les bouleversements induits par l'accueil de l'étrangeté de l'autre. Retenons cependant une recette : pour se connaître mieux, il est plus riche de multiplier les *interviewers*. Chaque contact ouvre un panorama nouveau. Par contre, lors de démarches focalisées vers la résolution de problème, il est plus pertinent et efficace de choisir un aidant et de s'y tenir jusqu'au bout de la démarche. Alors, l'aidant le mieux adapté pour une démarche de changement sera probablement... Le plus étrange, et non le plus familier, celui-ci étant bien adapté pour se conforter dans son système et s'apaiser. Les clients le sentent confusément, et s'orientent préférentiellement vers l'*interviewer* sympathique quand ils ont envie de se reconforter, et vers l'*interviewer* « bizarre » (et en cela quelque peu redoutable) quand il s'agit de progresser et de changer. Autre recette, pour l'*interviewer* cette fois-ci : l'empathie, cette conscience éclairée par l'autre, tend à rendre muet, par éprouvé de la complexité de l'autre. On ne (re)formule pas un individu en une phrase, ni en cent.

LA RELATION INTERVIEWER-CLIENT

Quelle que soit sa finalité, l'entretien s'inscrit dans le cadre des relations humaines, et en cela l'écoute est un apprentissage de base à la communication. L'expérience nous montre que la relation entre le client et son *interviewer* ne peut en aucun cas être neutre, ce qui justifie les ajustements constants par les reformulations. L'affectivité de chacun (client comme *interviewer*) imprègne tout entretien, et toute attitude de l'un retentit sur l'autre, même le silence, et même l'absence (car elle est interprétée). La situation d'entretien établit un lien qu'il importe de gérer de façon humaine. Par l'écoute active (les reformulations de l'*interviewer*), le client

accroît ses possibilités de générer et de contrôler le lien qu'il veut. C'est ce qui se passe effectivement, et qui présente un intérêt que nous allons souligner.

« Enfin quelqu'un qui m'écoute et ne cherche pas à déformer ou à juger mes propos », peut dire le client. La succession des reformulations lui signifie l'intention de comprendre de l'*interviewer*, et donc implicitement « le droit de vivre selon sa sensibilité ». Accueilli, le client se sent libéré de nombre de menaces sur la qualité du lien, et peut se laisser aller à instaurer le contact qui lui semble le plus conforme à sa perception du monde. Très vite (en quelques minutes), l'*interviewer* (entraîné) peut constater que le client recrée avec lui *le même tissu relationnel qu'il a habituellement avec le monde*, pour reprendre le terme de Freud, opère un transfert de sa manière d'être au monde sur la situation d'entretien. Ce transfert s'opère par la mobilisation des attitudes habituelles, des réactions, qui induisent un vécu familier. En d'autres termes, ce que ce client vit dans les relations avec sa femme, son patron, son fils, les autres en général, il le vit aussi dans sa relation avec l'*interviewer*, ici et maintenant, à chaque entretien. Toute modification de sa manière d'être au monde se traduit en entretien, par une modification de sa relation avec l'*interviewer*. Ce phénomène est d'une observation si courante que nous pouvons oser une généralisation : si l'*interviewer* ne remarque pas que son client vit son problème ici et maintenant, dans cet entretien et avec lui, c'est qu'il a mal écouté. On conçoit l'avantage appréciable, et déterminant quand il s'agit d'aider : seul ce qui fait encore problème dans la relation actuelle moi-monde apparaîtra comme devant être l'objet du travail du client. Les problèmes passés déjà résolus ne seront pas l'objet d'investigation poussée, ni de démarche particulière vers un changement... qui a déjà eu lieu.

Ceci impose que l'*interviewer* aidant soit attentif à la clarification de la relation qu'il a avec le client, et pas seulement au discours du client. C'est par ce moyen que l'entretien peut avoir un effet thérapeutique, car il favorise la maîtrise d'une situation typiquement représentative du vécu-problème habituel. L'écoute active est un moyen très puissant d'aborder et de régler les conflits interpersonnels dans des situations réelles. Ecouter activement ce qui est réellement exprimé par l'autre limite les interprétations fausses, les déformations de propos, les distorsions sur les intentions de l'autre, et par là même élimine la très grande majorité des causes de violence (la quasi totalité des causes de violence conjugale).

CONCLUSION

Conclure un résumé si succinct et incomplet, c'est seulement ajouter quelques remarques personnelles. L'expérience montre le grand intérêt de

l'écoute active dans la gestion de toutes les relations interpersonnelles, et en particulier lorsqu'il s'agit de créer ou d'ajuster un lien avec l'autre, d'échanger avec un autre réel (et non habillé par nos fantasmes). Cette manière de faire déborde largement du cadre de la psychothérapie pour laquelle elle a été créée. La relation thérapeutique, d'aide, n'est qu'un cas particulier de relation humaine intense et fortement investie qui gagne notablement à la pratique de l'écoute active, quels que soient les moyens thérapeutiques mis en œuvre. L'aide s'inscrit dans le cadre d'une relation, et tout ce qui peut participer à la maîtrise de la relation est précieux. Les relations humaines n'ont pas forcément pour but d'aider, mais elles sont soumises aux mêmes exigences relationnelles, et en particulier celle du respect mutuel. L'écoute active est un des moyens de parvenir à ces relations où s'instaure le respect de l'autre et de soi. On peut faire la même chose (chercher le bonheur, s'informer, s'amuser, etc.) en se respectant mutuellement. C'est une autre voie, opposée à la dictature.



BIBLIOGRAPHIE

- MIOLLAN C., « L'allégeance de l'individu au culturel et la relation d'altérité », in *Acquisition de la lecture et accès au sens de l'écrit : perspectives psychocognitives et psycholinguistiques*, coll. « Travaux & Documents », Faculté des Lettres et des Sciences Humaines, Université de La Réunion, 1996.
- MUCCHIELLI R., *L'entretien de face à face dans la relation d'aide*, Editions ESF, 1972.
- ROGERS C., *Le développement de la personne*, Dunod, 1966.
- ROGERS C., *La relation d'aide et la psychothérapie*, 2 vol., Editions ESF, 1970.
- BLONDEL J.-F., « Emotions et attention », in *Attention, vigilance, émotion*, Paris : L'Harmattan, Université de La Réunion, 1998, p. 119-167.