

Communication non violente

La communication non violente (ou CNV), aussi appelée communication consciente, est une méthode de communication développée dans les années 1970 par le psychologue américain Marshall Rosenberg.

Son auteur la définit ainsi:

« La Communication Nonviolente, c'est la combinaison d'un langage, d'une façon de penser, d'un savoir-faire en communication et de moyens d'influence qui servent mon désir de faire trois choses :

- me libérer du conditionnement culturel qui est en discordance avec la manière dont je veux vivre ma vie ;
- acquérir le pouvoir de me mettre en lien avec moi-même et autrui d'une façon qui me permette de donner naturellement à partir de mon cœur ;
- acquérir le pouvoir de créer des structures qui soutiennent cette façon de donner. »

La CNV est utilisée dans divers contextes organisationnels, d'entreprise, en parentalité, en éducation, médiation, psychothérapie et soins de santé, ainsi que dans le milieu de la justice et en maintiens de la paix. Plusieurs études ^[1] ont démontré son efficacité à augmenter l'empathie, l'efficacité en entreprise ainsi qu'à faciliter la résolution des conflits.

Les usages de la CNV

La CNV se développe en trois utilisations principales:

1. L'auto-empathie: c'est-à-dire communiquer avec soi-même pour comprendre nos sentiments et nos besoins.
2. L'écoute empathique: c'est-à-dire décoder les messages arrivant des autres d'une manière à bien les comprendre et les recevoir.
3. L'expression authentique: ou s'exprimer clairement dans le but d'être compris et accepté.

Dans un contexte de développement collectif ou d'[animation participative](#), la CNV est un outil efficace qui permet à la fois de favoriser la communication saine et efficace entre les membres du groupe, mais également de faire des demandes claires dans le but de favoriser l'avancement des processus.

Elle est particulièrement efficace lorsqu'il s'agit de recueillir l'opinion ou les témoignages d'habitantes ou de citoyen-nes, par exemple dans un contexte de consultation publique. La CNV permet à ce moment de reconnaître et créer l'espace pour les sentiments et émotions désagréables que pourraient vouloir partager les participant-es, tout en permettant au groupe d'avancer afin de trouver un dénouement positif au processus.

Les besoins

La communication non violente se base sur la psychologie humaniste et est basée sur ces préceptes:

- Les besoins sont universels, c'est-à-dire qu'ils sont communs tous les humains.
- Tout ce que l'on dit et tout ce que l'on fait sert à répondre à un besoin.
- Les besoins sont indépendants, ils ne dépendent pas d'une personne ou d'une action en particulier.
- Il existe une infinité de manières (stratégies) de satisfaire ces besoins.

Selon Rosenberg, ce sont ces stratégies qui nous font souvent défaut. La CNV propose une approche de communication différente dans le but d'arriver à répondre le plus efficacement possible à ces besoins.

Les quatre étapes d'une communication non violente

Peu importe l'usage que l'on fait de la CNV, on utilise la même recette, l'OSBD: soit nommer une Observation (quand ceci a eu lieu...), un Sentiment (je me sens...), un Besoin (car ce besoin est comblé, incombé...) et une Demande (je te propose donc de...).

Observation

L'observation d'une situation, sans émettre de jugement, de diagnostic ou d'évaluation.

Sentiment

Le sentiment, qu'il soit agréable ou désagréable, qui nous habite ou habite l'autre.

Besoin

Le besoin, comblé ou à combler, qui provoque l'émergence de ce sentiment.

Demande

Une demande concrète, réalisable maintenant et négociable qui permettrait de répondre à ce besoin.

Sources

1. [↑ https://www.cnvc.org/sites/default/files/NVC_Research_Files/Carne_Mampel_Juncadella.pdf](https://www.cnvc.org/sites/default/files/NVC_Research_Files/Carne_Mampel_Juncadella.pdf)

http://wiki.niskacolades.org/Communication_non_violente