



Dr Laurence DERYCKER

Médecin généraliste et membre du Comité de lecture de la RMG

5530 Godinne

laurence.derycker@ssmg.be

Se sentir entendu : quel bonheur !

**La manière
de dire les
choses a autant
d'importance que
le contenu
du message.**

Il y a quelques semaines, j'ai participé à une réunion dont le thème était «Le Process Communication Model». J'ai trouvé cela passionnant, comprendre les différents comportements des patients pour adapter mon langage et améliorer la communication.

À chacune de nos consultations, nous sommes confrontés à un nouveau défi : Comment aborder le patient afin que le contact soit optimal ?

La manière de dire les choses a autant d'importance que le contenu du message : 93 % de ce que nous retenons d'un message vient des signaux non verbaux (la voix, le ton utilisé, les attitudes et les gestes ainsi que l'expression du visage) et seulement 7 % provient des mots.

Le Process communication model (PCM) est une approche originale et pratique pour optimiser la communication interpersonnelle. Ce modèle permet de gérer les relations tant sur le plan professionnel que privé. Il offre des pistes afin de gérer les situations de stress, de résoudre les conflits et d'obtenir des relations constructives et efficaces.

C'est l'américain Taibi Kahler, docteur en psychologie qui, dès 1969, a mis au point ce modèle de communication utilisé dans de nombreux domaines. En 1978, il a démontré l'efficacité de son modèle pour la sélection des astronautes à la NASA et pour la prédiction des comportements individuels. Dans les années nonante, Bill Clinton a fait appel à ses conseils afin d'améliorer la communication lors de sa campagne présidentielle.

Nous avons tous un profil de personnalité représenté par un immeuble à 6 étages.

L'étage inférieur ou base représente le type de personnalité acquis durant l'enfance et que l'on conserve toute la vie.

Juste au-dessus, au deuxième étage, il y a la phase active représentant le type de personnalité qui caractérise le plus l'instant présent. La répartition des quatre autres étages se fera de manière décroissante depuis le type le plus marqué vers le moins présent au sixième étage.

Les patients sont différents et notre discours s'adaptera à la personnalité de chacun. Certains veulent tout comprendre, tout maîtriser (le type promoteur).

Ils souhaitent le meilleur spécialiste, ont déjà contacté le fameux «Docteur Internet» (le type travaillomane).

D'autres ont besoin d'instructions claires, connaître la durée d'évolution

de la pathologie (le type rêveur).

Il y a ceux qui cherchent à être rassurés. Le médecin utilisera un ton maternant (le type empathique) ou aura recours à l'humour (le type rebelle). Il se montrera soucieux d'eux. Pour certains, il est nécessaire de demander leur avis, cela les rassure d'être impliqué dans les décisions (le type persévérant).

Aucun type ne sera meilleur ou pire.

Chacun a ses forces et ses faiblesses.

La première étape de la communication consiste à identifier sa combinaison personnelle. Pour communiquer de manière satisfaisante, deux personnes devront chercher à parler un langage commun.

Pour quelqu'un qui souhaite communiquer, la question est donc d'identifier le canal de communication préférentiel de son interlocuteur et de l'utiliser. On s'appuiera sur les indices comportementaux tels que les tournures de phrases, les attitudes, la tenue vestimentaire, l'organisation de l'espace de vie, les différents centres d'intérêt ainsi que les relations avec les autres.

C'est une approche qui met l'accent sur le respect et l'écoute de l'autre.

Il ne fait aucun doute que dans notre pratique quotidienne, nous sommes amenés plus ou moins consciemment à moduler notre manière de communiquer avec les patients. Une approche selon ce modèle permettra assurément d'optimiser individuellement les messages essentiels envoyés au patient.

C'est au médecin d'adapter son discours au patient et non le contraire grâce à sa grande flexibilité mentale, émotionnelle et comportementale.

Nous vous souhaitons une agréable lecture.

Pour en savoir plus : www.kahlerbelgium.be