

Distanciation

Identification



Identification

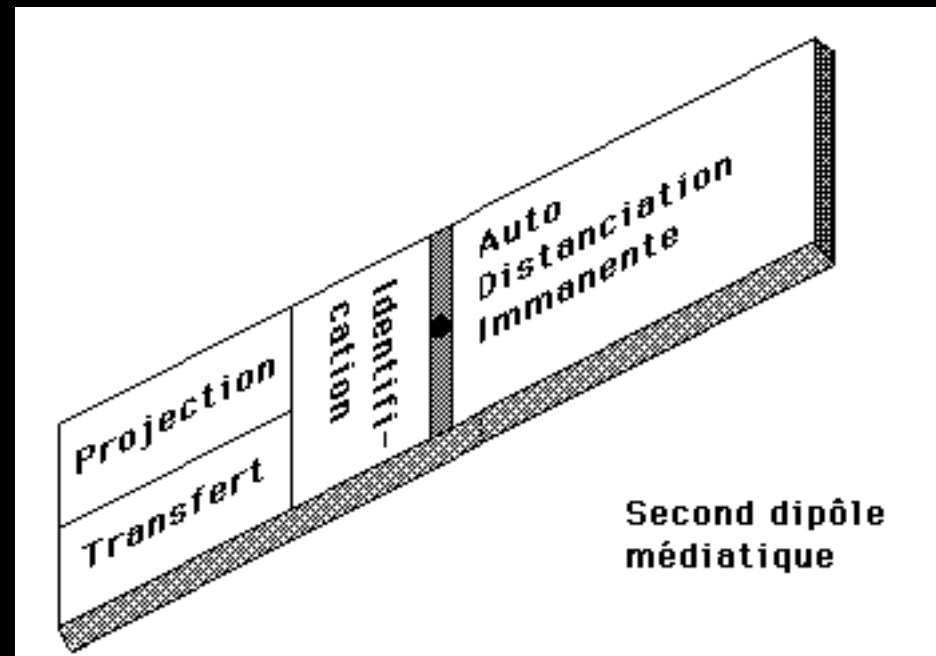
Distanciation



Un cadre théorique pour La Vision ?

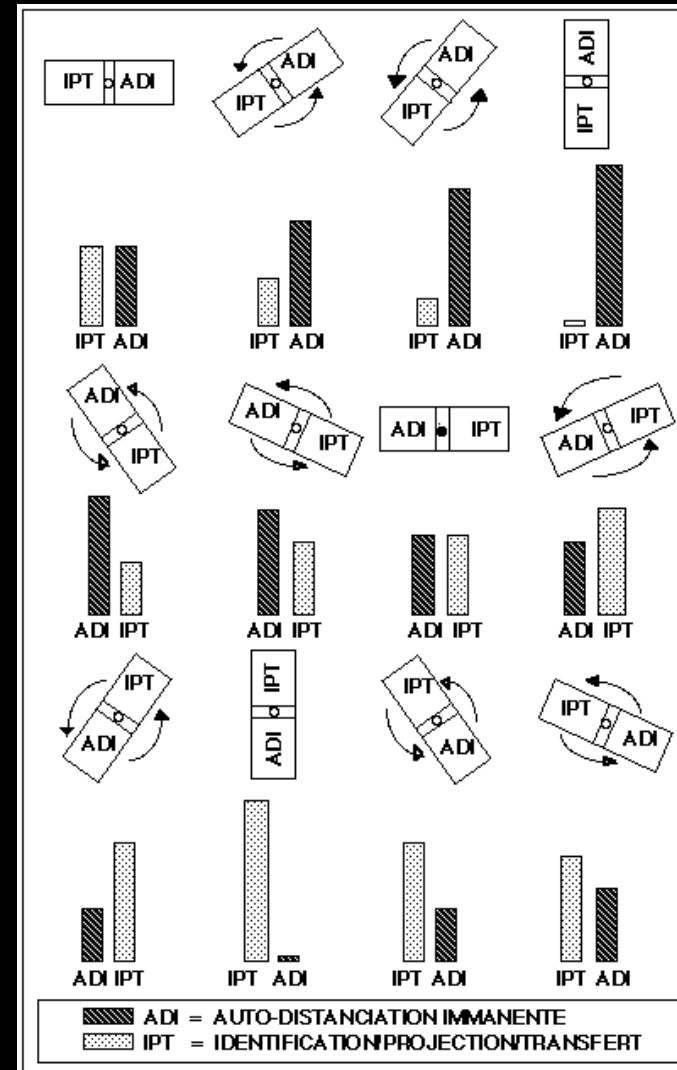
Le concept de distanciation

1. Dans toute situation de communication, l'être humain oscille entre deux pôles fondamentaux, la distanciation et l'identification.



Le concept de distanciation

2. Sauf cas pathologique, cette oscillation est permanente. Elle est influencée par le contexte de communication, les caractéristiques du système et la conscientisation qu'en ont les protagonistes

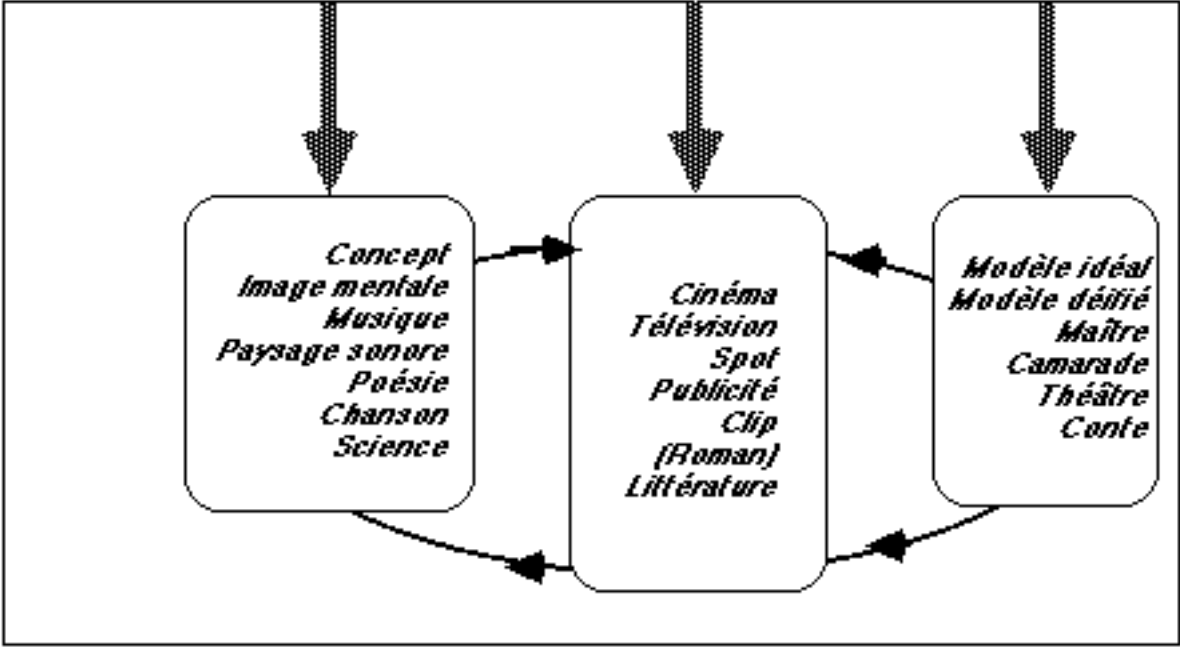


Le concept de distanciation

3. La distanciation et l'identification se subdivisent en plusieurs niveaux d'intensité et modes d'intervention

<i>Tendances généralistes</i>	Distanciation abstraite	Distanciation médiatisée	Distanciation de contact ("médiée")
Micro- distanciation	●	●	● ●
Primo- distanciation	●	●	● ●
Macro- distanciation	●	●	●
Supra- distanciation	● ●	●	

<i>Tendances générales</i>	Identification abstraite	Identification médiatisée	Identification de contact (“médiée”)
Micro-identification	◆	◆ ◆	
Primo-identification	◆ ◆	◆ ◆	◆
Macro-identification		◆	◆ ◆
Supra-identification	◆	◆ ◆	◆ ◆



← **Communiqance** →

Le concept de distanciation

4. La distanciation opère sur deux niveaux bien distincts

La distanciation **CRITIQUE**

Constitutive de l'être humain
Active en permanence
En alternance avec l'identification

La distanciation **DIALECTIQUE**

Constitutive de l'être humain
Différenciée
Pas forcément active
En alternance avec l'identification
Peut faire l'objet d'un entraînement



Le concept de distanciation

5. Quelques effets de base

En se socialisant, on se distancie

Application à la violence à la TV

Application à la violence (hors TV)

Liens avec l'intelligence émotionnelle

En se distanciant on se socialise

Application à la TV réalité...

Les application immédiates
de la distanciation
pour la vision et la
communication

Le changement distancié

1. Pour changer, il faut d'abord se distancier

(mais si l'on reste distancié, on ne fait rien).

L'individu distancié est dans la réflexion.

2. Pour changer, il faut aussi s'identifier

(mais si l'on reste "identifié", on n'évolue plus).

L'individu identifié est dans l'action.

**3. Pour progresser, il faut osciller (alterner)
entre ces deux attitudes**



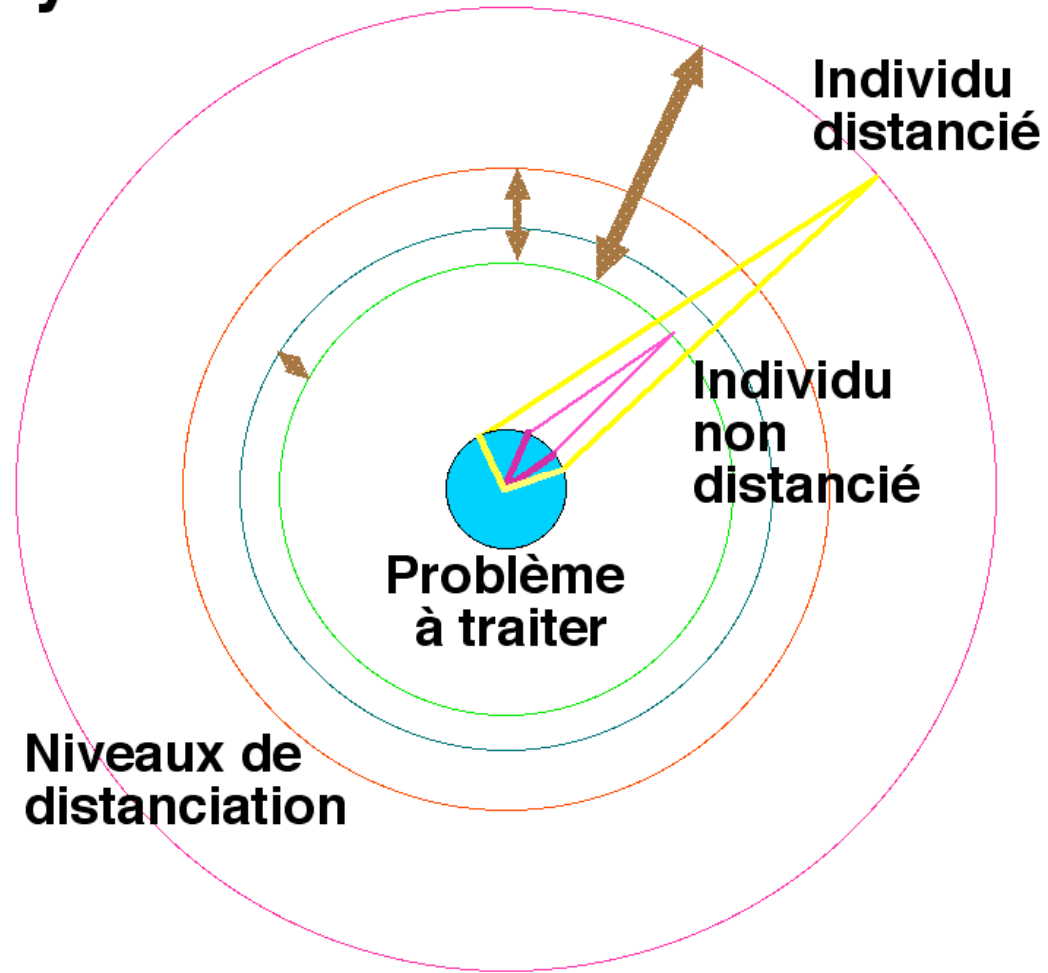
Le changement distancié

1. **L'individu non distancié** n'a qu'une vision partielle du problème à résoudre, il ne "voit" pas assez de variables, sa vision est limitée.
2. **L'individu distancié** change de niveau de référence, sa vision du problème à traiter est plus large, il saisit plus de variables. Mais il risque aussi de perdre le contact s'il s'éloigne trop, d'où l'importance de savoir autogérer le processus pour co-élaborer une *vision collective partagée*.
3. **C'est par l'alternance** continue entre les phases de distanciation et d'identification qu'il reste sur une orbite équilibrée.

Le changement distancié

1. L'action d'accompagnement de la communication se situe à ce niveau : faire acquérir la capacité d'une vision identifiée et distanciée.
2. Des outils permettent de déterminer son profil distanciateur/identificateur (**SPID**) à partir duquel peut s'élaborer un coaching personnalisé efficace.

Systeme



← Communiquance →

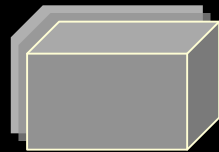
Intelligence collective

Responsable porteur de sens

Sens,
finalités

Co-évolution
dynamique et
créatrice

Responsable ressources



Responsable donneur d'ordres

D'après Vincent Lenhardt

← **Communiqance** →

Le nouveau rôle de la communication

- La communication apparaît comme la fonction **cruciale** qui se trouve au carrefour des réseaux d'information, des procédures, de la culture et de la réflexion stratégique.
- Elle va être le vecteur du passage graduel de la notion de stratégie, même systémique ou globale vers celle, beaucoup plus puissante et adaptée aux sociétés complexes, de **vision**.
- S'il s'y montre compétent, le communicant va encore y gagner en **légitimité**.
- Dans le cas de la communication territoriale, le communicant va être l'interface entre le projet de l'élu (qui peut être une vision), la stratégie pour les mettre en œuvre et l'ensemble des tactiques croisées des différents acteurs.

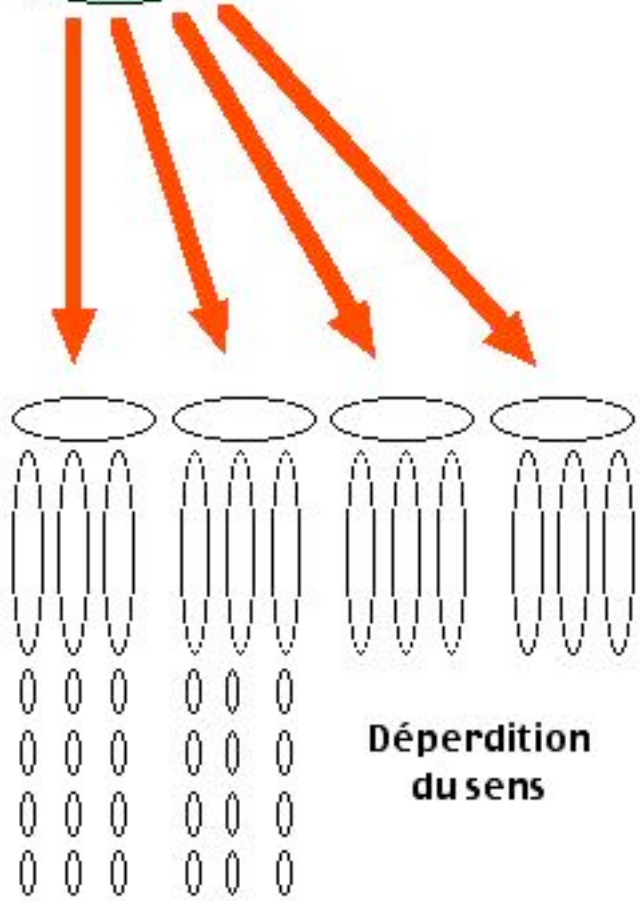
Une définition opératoire (?) du Visioning

Le processus de visioning vise à déclencher une appropriation des finalités générales et des objectifs de l'organisation par l'ensemble des acteurs qui leur attribue une autonomie suffisante pour satisfaire la partie de la stratégie qui les concerne et sur laquelle ils peuvent agir en connaissance de cause.

L'efficacité du visioning est souvent renforcée par une co-élaboration de la stratégie locale - ou de la tactique - par les acteurs.

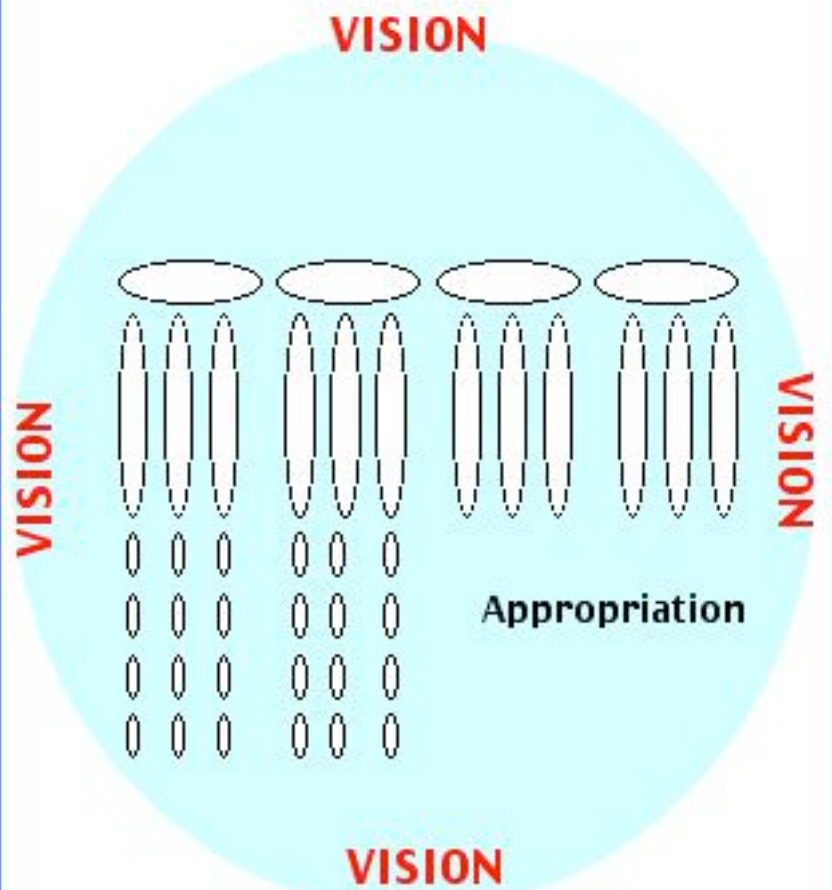
S'ils y participent (même modestement) ils sont mieux à même de trouver des solutions - leurs solutions - aux difficultés imprévues.

STRATEGIE



Contexte général

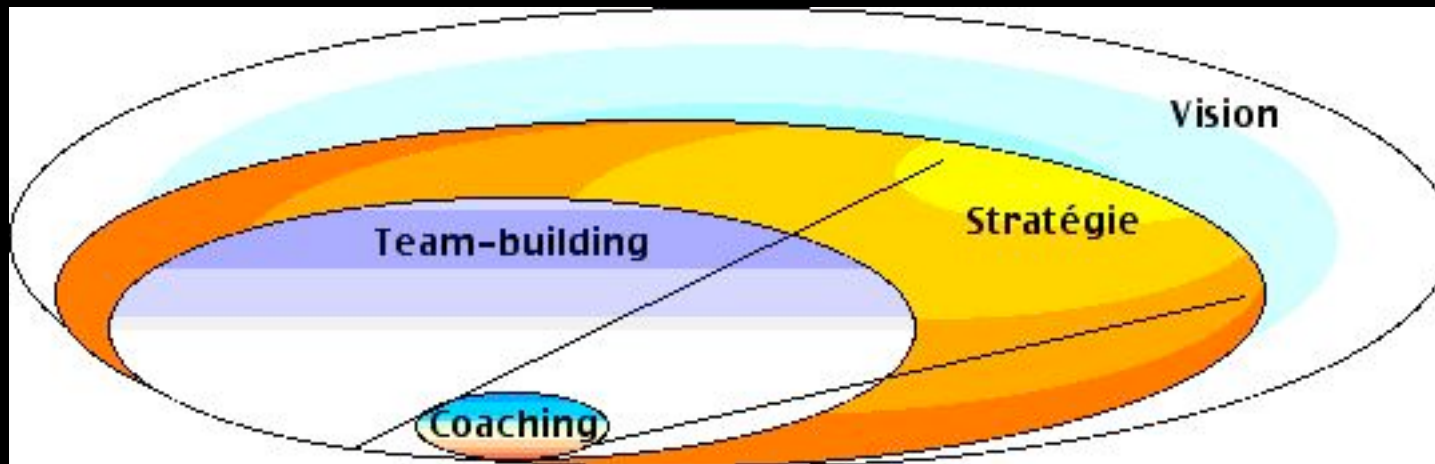
Avec la vision,
chaque individu possède
une connaissance
fractale de la stratégie



Contexte général

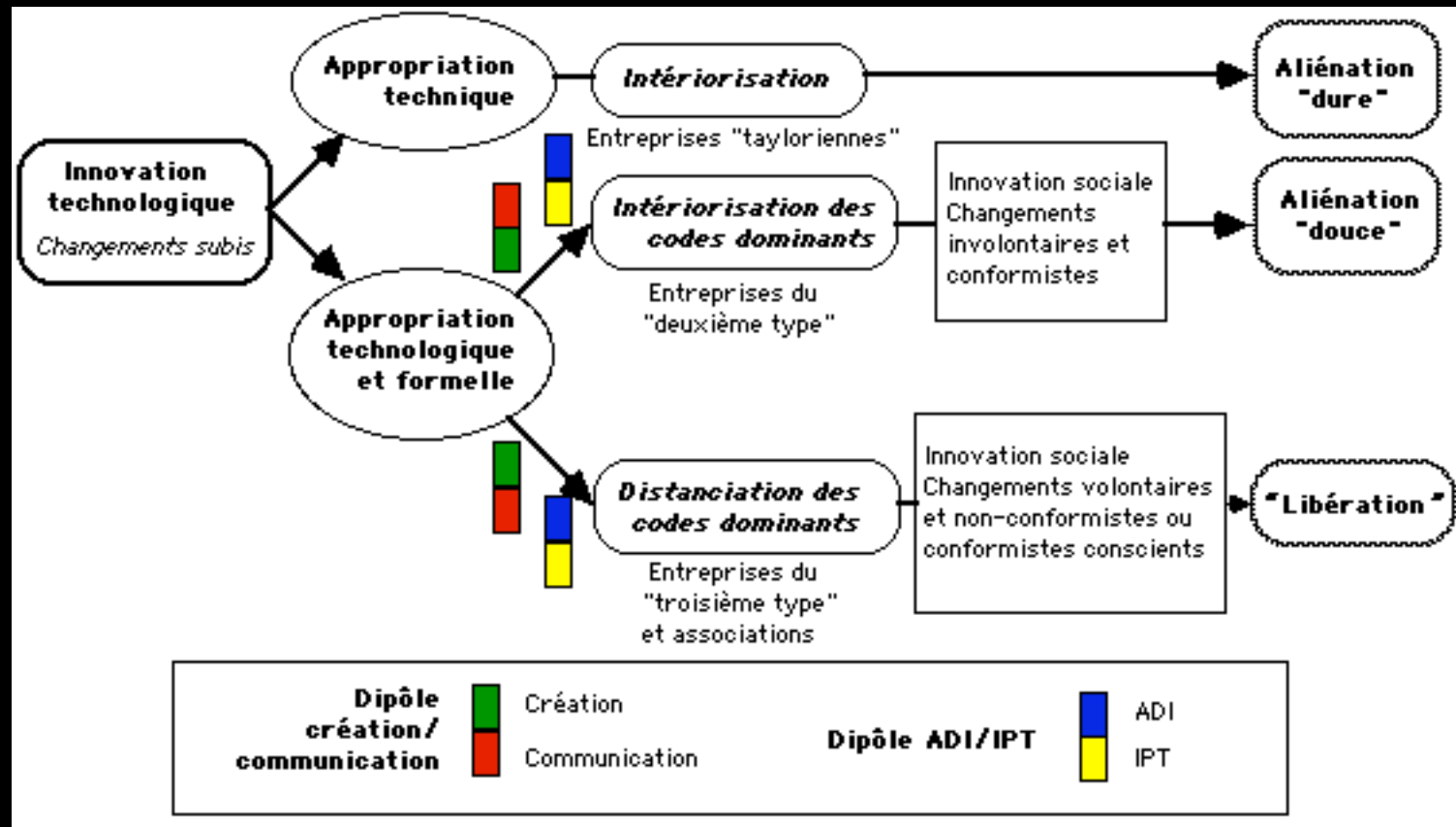
← **Communiquance** →

Les relations entre le coaching, la stratégie et la vision

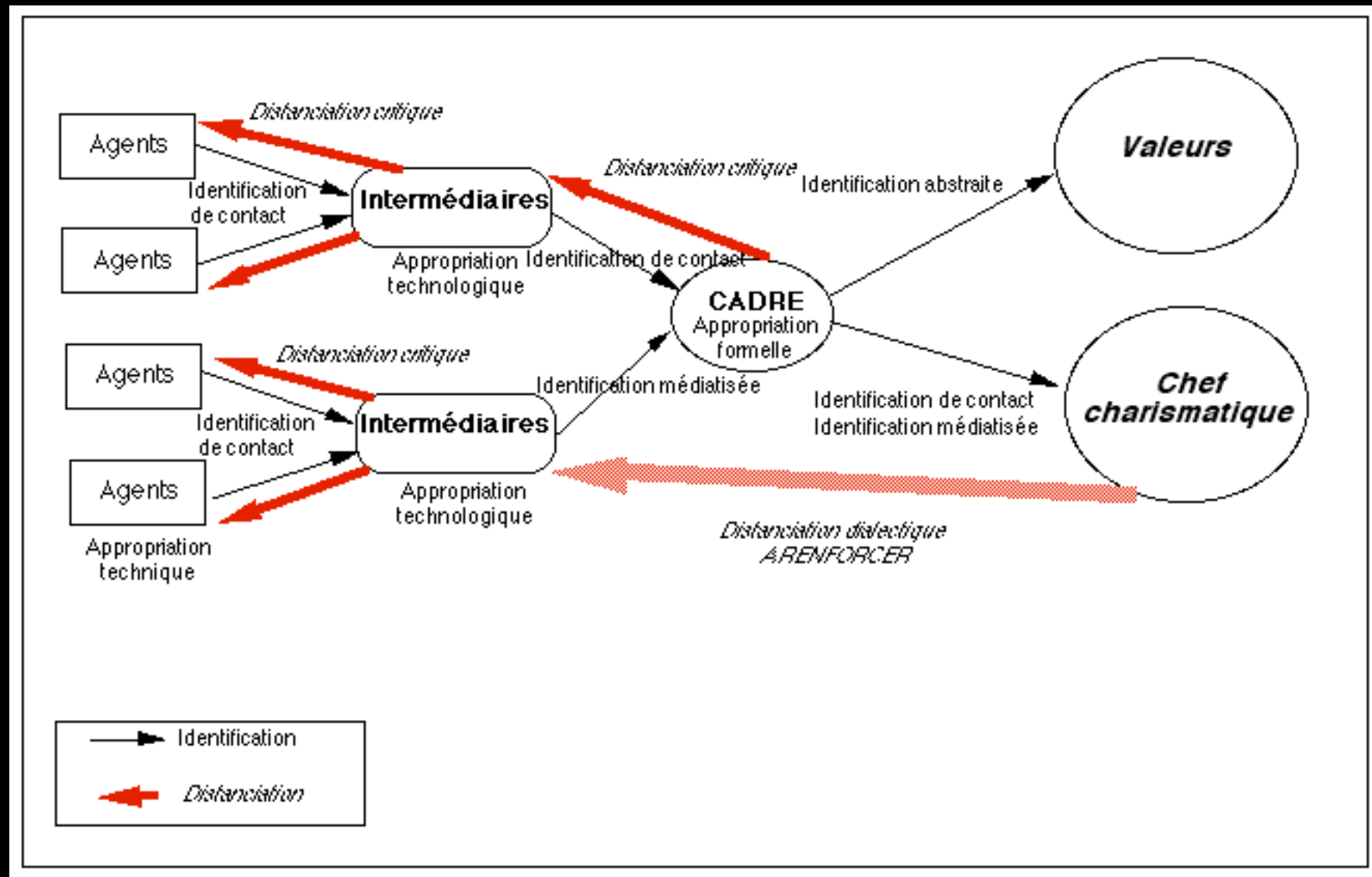


← Communiquance →

Implications sociales



Implications dans l'entreprise



← Communiquance →