
Service de Prévention

Guyline LeBrun, avocate
Coordonnateur aux activités
de prévention

Judith Guérin, avocate
aux activités de prévention

Aurélien Lompré, avocate
aux activités de prévention

J'entends..., mais est-ce que j'écoute?

En tant qu'avocat, de nombreuses informations nous sont communiquées verbalement par nos clients, nos confrères et nos collègues.

Nous les entendons... mais écoutons-nous véritablement?

Dans un article paru en décembre 2021 dans la revue Harvard Business Review¹, Robin Abrahams et Boris Groysberg indiquent que selon une étude de 2015, 78 % des écoles de commerce de premier cycle accréditées indiquent « présentation » comme objectif d'apprentissage, tandis que seulement 11 % ont identifié « l'écoute ».

Des réclamations sont présentées annuellement au Fonds d'assurance responsabilité professionnelle du Barreau du Québec pour cause de communication déficiente.

Or, notre capacité à écouter permet de mieux cerner les raisons, les buts d'une conversation et l'importance de l'information qui y est véhiculée.

Toutefois, lorsque nous discutons avec notre interlocuteur, nos réponses, même formulées avec la meilleure des intentions, ne rencontrent pas toujours les préoccupations formulées par ce dernier.

Notre écoute fait parfois défaut. Malheureusement, si notre interlocuteur ne se sent pas écouté, il cessera de nous communiquer de l'information.

Par exemple, pensons à ce client anxieux, quelques jours avant la date fixée pour instruction et jugement, qui nous indique à quel point il est nerveux à l'idée de témoigner en Cour. Comment lui répondre?

Tout d'abord, il faut analyser notre type d'écoute.

¹ Robin Abrahams, Boris Groysberg, *How to Become a Better Listener*, Harvard Business Review, Listening Skills, 21 décembre 2021.

Dans un article paru en mai 2022 dans la revue Harvard Business Review², Rebecca D. Minehart, Benjamin B. Symon et Laura K. Rock, traitent de quatre types d'auditeur :

- L'auditeur analytique : il tend à analyser un problème à partir d'un point de départ neutre;
- L'auditeur relationnel : il vise à établir une connexion et à comprendre les émotions sous-jacentes au message;
- L'auditeur critique : il tend à juger à la fois le contenu de la conversation et la fiabilité de l'interlocuteur;
- L'auditeur axé sur la tâche : il façonne une conversation vers un transfert efficace d'information importante³. (Notre traduction).

Développer notre capacité à fluctuer entre ces types d'auditeurs permettra de mener des conversations selon la technique d'écoute la plus appropriée.

Les auteurs⁴ suggèrent d'améliorer notre écoute de cinq façons. En voici un bref résumé :

- Établissons pourquoi nous écoutons : lorsqu'on commence une conversation, réfléchissons brièvement aux objectifs de celle-ci et comment écouter au mieux.
- Reconnaissons comment nous écoutons habituellement. Notre mode d'écoute par défaut pourrait nous empêcher de recourir à d'autres styles d'écoute qui permettraient d'atteindre d'autres buts.
- Soyons conscient de qui est le centre d'attention : la manière dont nous répondons à notre interlocuteur peut avoir comme conséquence de déplacer le centre d'attention. Ainsi, en faisant référence à notre histoire personnelle dans notre réponse, on risque de ne pas entendre le message complet de notre interlocuteur. Il faut donc demeurer prudent et ne pas changer la conversation en la redirigeant vers nous.
- Adaptions notre style d'écoute pour atteindre le but de notre conversation. Restons concentré sur notre interlocuteur et sur le but de la conversation, cela aidera à s'adapter selon les besoins de la situation.
- Manquons-nous quelque chose? Prenons quelques secondes avant de répondre à notre interlocuteur. Résistons à l'envie de rassurer ou d'offrir des solutions et obtenons plus de détails pour mieux circonscrire ce que signifient les propos de ce dernier.

² Rebecca D. Minehart, Benjamin B. Symon et Laura K. Rock, *What's Your Listening Style?*, Harvard Business Review, Listening Skills, 31 mai 2022.

³ *Ibid.*

⁴ *Ibid.*

En s'imprégnant de ces techniques d'écoute, vous cernerez mieux les besoins exprimés par le client anxieux. Interrogez-le sur ses craintes de témoigner... Ce dernier se sentira ainsi écouté et ses réponses fourniront des informations sur ses inquiétudes et comment potentiellement les éviter.

Tel que le mentionnait Pierre-Augustin Caron de Beaumarchais :
« Écouter, c'est pourtant tout ce qu'il y a de mieux pour bien entendre ».