

# La fenêtre de Johari

pour mieux se connaître



# Mieux se connaître avec la fenêtre de Johari

La fenêtre de Johari est un outil intéressant pour nous renseigner sur notre façon de communiquer avec autrui et l'image que nous renvoyons ce faisant. Un feedback constructif et simple à recueillir.

## Sommaire

- Présentation de la méthode
- Objectifs de la démarche
- Les 4 zones de la fenêtre de Johari
- Fenêtre de Johari et management

## Présentation de la méthode

Elle fut créée par Joseph Luft et Harry Ingham, psychologues américains, en 1955. La matrice tire son nom du mix de leurs 2 prénoms : Jo pour Joseph Luft, hari pour Harry Ingham.

Inspirée de la Programmation Neuro-Linguistique, la fenêtre de Johari permet d'analyser la façon dont nous donnons et recevons l'information ou comment nous communiquons dans le cadre de nos relations interpersonnelles.

Les émotions, expériences, visions, compétences, envies, motivation, etc. chez ou quant à un individu par rapport à un autre ou par rapport à un groupe sont analysées selon 2 angles majeurs :

- ▶ ce dont la personne a connaissance quant à elle-même (zones publique et cachée),
- ▶ ce qu'elle ignore (zones aveugle et inconnue).

Ces 2 angles sont croisés avec une dimension externe incarnée par autrui :

- ▶ ce que les autres savent de la personne (zones publique et aveugle)
- ▶ ce qu'ils ignorent (zones cachée et inconnue).

Le tout est ainsi représenté au travers

des 4 cadrans/zones de la fenêtre et s'articule ainsi :

### ▶ Zone publique

Elle représente ce dont la personne a connaissance sur elle-même et partage avec autrui (son identité, le poste occupé, son apparence, son parcours professionnel, etc.).

### ▶ Zone cachée

Elle désigne l'ensemble des informations connues de l'individu, mais cachées à autrui (ambitions, secrets quelconques, situation familiale, salaire, maladie, etc.).

On l'appelle communément "façade".

### ▶ Zone aveugle

Elle matérialise ce que la personne ignore, mais que les autres connaissent quant à elle (rancœurs, admiration, perception qu'ont les autres de la personne, vos manies, tics de langage, etc.).

### ▶ Zone inconnue

Elle regroupe ce dont l'individu n'a pas connaissance quant à lui-même et que les autres ignorent également (talents cachés, limites inconscientes, projections futures, etc.).

## Objectifs de la démarche

Très utilisée en marketing, cette matrice peut très aisément s'appliquer en développement personnel ou en management avec les objectifs suivants :

► **Acquérir une meilleure connaissance de soi**

Interroger les autres quant à leur perception de nos forces et faiblesses peut nous aider à avancer et/ou faire les bons choix.

Le but est de réduire au maximum la zone aveugle de la fenêtre comme on cherche à éviter les angles morts.

► **Gagner en authenticité**

Décaler sa vision de soi en prenant un certain recul quant à ses émotions permet d'y voir plus clair et de rectifier sa trajectoire personnelle.

► **Adapter son mode de management**

Corriger un comportement, une atti-

tude, améliorer sa communication, etc.

► **Recueillir le feedback de ses collaborateurs**

Quant à son mode de management, notamment, mais également pour responsabiliser son équipe, avancer de manière constructive vers les objectifs fixés.

► **Encourager les échanges constructifs en équipe**

Ils favorisent la cohésion et la dynamique de groupe, boostent l'intelligence collective, etc.

L'objectif ultime étant de réduire les 3 fenêtres cachée-aveugle-inconnue au profit de la zone publique.

Tout en sachant que tout changement dans l'une des zones a des répercussions dans les 3 autres.



## Les 4 zones de la fenêtre de Johari

Une telle remise en question ouvre la fenêtre des possibles et réserve parfois des surprises. Un risque à prendre lorsque l'on ne se sent plus à sa place dans son métier et que l'on désire changer de voie.

Ou bien lorsque l'on veut se lancer, mais que l'on a besoin d'un œil extérieur pour se rassurer quant à certaines compétences, qualités.

Ou encore lorsque, manager courageux et humble, on souhaite le meilleur pour soi et ses collaborateurs.

Rappelons que l'objectif est de développer notre zone publique tout en diminuant les 3 autres au maximum.

### Zone publique

Elle incarne toutes les informations, tangibles ou non, partagées pleinement avec autrui.

Il s'agit de notre identité, notre parcours professionnel, notre apparence physique telle que nous la présentons officiellement, nos compétences (via un CV, un profil sur les réseaux sociaux...). Mais également ce que nous partageons de manière moins formelle avec nos interlocuteurs (discussions avec nos collègues/collaborateurs, sessions de teambuilding, soirées, etc.).

Une zone publique étendue dénote une personnalité ouverte, fiable, émotionnellement intelligente, capable de communiquer de manière fluide et intelligente.

### La bonne posture

Pour que cette zone prenne le pas sur les 3 autres, il est nécessaire d'exposer davantage notre personnalité, échanger davantage sur ce qui nous anime, nos motivations et nous positionner dans une démarche d'amélioration continue à travers une demande de feedbacks réguliers de la part de notre entourage.

### Zone cachée

Elle représente ce que nous ne montrons pas aux autres de nous-mêmes, mais dont nous sommes pleinement conscients.

On pourrait l'appeler notre façade.

Elle incarne ce que nous cachons à nos interlocuteurs de nous-mêmes (travers, peurs, fragilités, secrets, ressentis...) afin de contrôler notre image et offrir une attitude, un comportement que nous pensons conforme aux attentes d'autrui.

Cette zone peut être relativement étendue par crainte des jugements, timidité, manque de confiance en nous...

Les individus ayant une zone cachée relativement imposante paraissent faux, méfiants et induisent une sensation de malaise au sein d'une équipe.

Il peut être difficile de travailler avec eux, car ils participent peu aux échanges et osent rarement exposer leur avis et/ou montrer leurs compétences ouvertement.

### Tips

Pour réduire cette zone, Manager-Go! propose de s'ouvrir davantage aux autres tout en gardant une certaine intimité, être vrais, aligner l'image renvoyée à autrui avec notre personnalité profonde.

### Zone aveugle

Elle matérialise ce que les personnes que nous côtoyons connaissent de nous, mais que nous ignorons : ce que les autres pensent/disent de nous (rumeurs, sentiments, impressions...).

Les personnes ayant une zone aveugle dominante sont perçues comme fières, très critiques envers leurs collègues, donneuses de leçons, parfois agressives, ne se remettant que très rarement en question.

Ces individus étant essentiellement tournés vers eux-mêmes, il est difficile de travailler avec eux dans un climat sain et bienveillant.

### La bonne posture

Pour diminuer cette zone, il est judicieux de demander à notre entourage un feedback constructif quant à notre mode de management, nos méthodes, notre manière de communiquer, nos manies, etc., mener une analyse

approfondie de nous-mêmes pour corriger nos erreurs.

### Zone inconnue

Cette zone concentre tout ce que nous ignorons sur nous-mêmes et que les autres ignorent également.

Il peut s'agir de la carrière que nous allons faire, de notre capacité - ou non - à gérer une équipe pour la toute première fois, parfois nos capacités, nos talents, nos forces/faiblesses, etc.

Les collaborateurs ayant un profil avec une zone inconnue prédominante apparaissent comme complexes, énigmatiques aux yeux des autres et ont du mal à communiquer.

Ils peuvent se révéler être des leaders inspirants ou bien au contraire des saboteurs de premier ordre une fois leur carapace brisée.

### Tips

Pour réduire cette zone, il est nécessaire de partir à la découverte ! Sortir de notre zone de confort. Etre curieux, tournés vers l'extérieur. Déposer notre carapace, nous ouvrir aux autres, échanger...

## Fenêtre de Johari et management

L'exploration des 4 zones du modèle est avant tout un levier qui doit permettre, in fine, de favoriser les partages d'informations et échanges au sein de l'équipe.

Cette démarche est intéressante pour le manager qui pourra ainsi l'utiliser afin d'instaurer une communication fluide au sein de son équipe, développer la cohésion et dynamiser le groupe en favorisant échanges et feedbacks constructifs.

Attention toutefois, il peut s'avérer tout à fait contre-productif - voire nuisible - d'imposer à ses collaborateurs une remise en question brutale et/ou le dévoilement de données et informations personnelles pouvant avoir des répercussions négatives par la suite au

travail.

Il est donc essentiel de procéder par étapes, de manière bienveillante en respectant le rythme et l'intimité de chacun.

Par ailleurs, lorsqu'un nouveau collaborateur intègre l'équipe, il est normal que la zone publique soit relativement réduite. Elle s'étendra grâce au manager, qui, via un mode de management ouvert, une communication interpersonnelle fluide et des échanges constructifs, favorisera l'intégration de ce nouveau membre.

# Fenêtre de Johari

## Informations partagées pleinement avec autrui

- Identité
- Parcours professionnel
- Apparence physique officielle
- Compétences affichées sur les réseaux sociaux
- Partages lors d'échanges moins formels

## Personnalité perçue par autrui

- Ouverte, fiable, émotionnellement intelligente, communiquant de manière fluide

## Agrandir cette zone

- Exposer davantage sa personnalité
- Échanger davantage sur ce qui nous anime
- Se positionner dans une démarche d'amélioration continue (feed-back de l'entourage)

## Informations connues uniquement par autrui

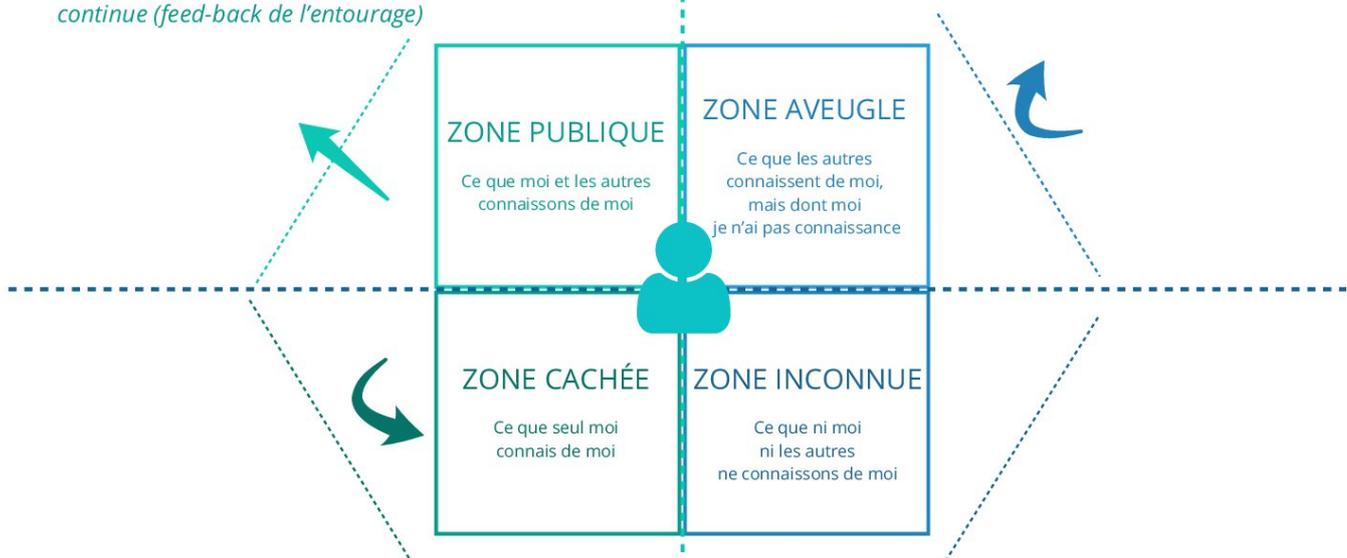
- Rumeurs
- Pensées, ressentis, impressions des autres

## Personnalité perçue par autrui

- Fière, très critique envers les autres, donneuse de leçons, parfois agressive, ayant des difficultés à se remettre en question

## Réduire cette zone

- Demander un feed-back constructif à l'entourage quant à son mode de management, ses méthodes, sa façon de communiquer, ses manies...
- Mener une analyse approfondie de soi afin de corriger ses erreurs



## Façade - Informations non montrées à autrui, mais dont nous sommes pleinement conscients

- Peurs, fragilités
- Secrets, travers
- Ressentis

## Personnalité perçue par autrui

- Fausse, méfiante, induisant une sensation de malaise au sein d'une équipe

## Réduire cette zone

- S'ouvrir davantage aux autres tout en gardant une certaine intimité
- Être vrai, aligner l'image renvoyée à autrui avec sa personnalité profonde

## Informations inconnues de soi et des autres

- Carrière que nous allons faire
- Capacité à gérer une équipe pour la 1ère fois
- Nos capacités/talents, forces/faiblesses parfois

## Personnalité perçue par autrui

- Complexe, énigmatique, ayant du mal à communiquer

## Réduire cette zone

- Partir à la découverte, sortir de sa zone de confort
- Être curieux, se tourner vers l'extérieur, s'ouvrir aux autres
- Déposer sa carapace