

Annexe 12 a

Synthèse de la rétroaction - Éléments de son processus

Source de la rétroaction de l'agent ou de l'agent	Message de l'agent ou de l'agent	Variables contextuelles de la rétroaction	Médium utilisé pour donner une rétroaction	La réceptrice ou le récepteur de la rétroaction
Crédibilité Force d'influence Expertise Degré de compétence Confiance Attraction Qualités personnelles On présente des qualités différentes sur plusieurs variables: <ul style="list-style-type: none"> • Leadership • Ouverture à l'autre • Adaptation aux changements • Capacité de créer des relations intimes • Sens de l'humour • Contrôle interpersonnel • Degré de structure 	Centralité subjective du message Tel que perçu par la cliente ou le client qui reçoit la rétroaction Dissonance Degré d'écart du message communiqué versus la perception initiale que la personne a d'elle-même Zones de conscience visées <ul style="list-style-type: none"> • Consciente • Aveugle • Cachée • Inconsciente 	Choix Une rétroaction choisie et voulue d'une source précise a plus de chance d'être examinée et acceptée qu'un message non choisi et non voulu Degré d'engagement Une personne très engagée par rapport à une rétroaction précise y consacrera sans doute plus d'attention Attentes d'évaluation ultérieures Si la personne s'attend à être évaluée ultérieurement par la personne qui lui communique une rétroaction exigeante dès le point de départ, elle risque de réagir différemment que si elle reçoit une rétroaction plus accessible au départ	Verbal Écrit Un message véhiculé verbalement ou par écrit, peut avoir un impact fort différent. Il convient donc de s'arrêter sur la ou les modalités qui seront les plus pertinentes selon la source, le message et la dynamique de la personne elle-même	Ressources: - intellectuelles - psychologiques - émotives - estime de soi - style d'apprentissage - degré de conscience de soi

IMPACT DE LA RÉTROACTION

Acceptation
Changements possibles
 perceptions
 cognitions
 émotions
 intentions
 actions
 attitudes

Rejet
Réactions possibles
 discrédite la source
 diminue l'importance du message
 feint l'approbation et le conformisme
 cherche le soutien ailleurs (collègues)
 tente de persuader la source de changer d'opinion
 critique le contexte

Référence: Lecomte, C. Guide générique de formation et de supervision. Non-publié. Montréal : Université de Montréal.