

# Regards sur la **communication** **élus / techniciens**

des structures de gestion des zones humides littorales en LRMP et PACA

Retours d'une pré-enquête sociologique préparatoire à la formation

30 juin 2016 - Étang des Aulnes

# Décryptage théorique & pratique de la communication

Formation

30 juin 2016 - Étang des Aulnes

# Ré-interroger ses pratiques de communication



**S'interroger sur  
sa posture  
relationnelle**

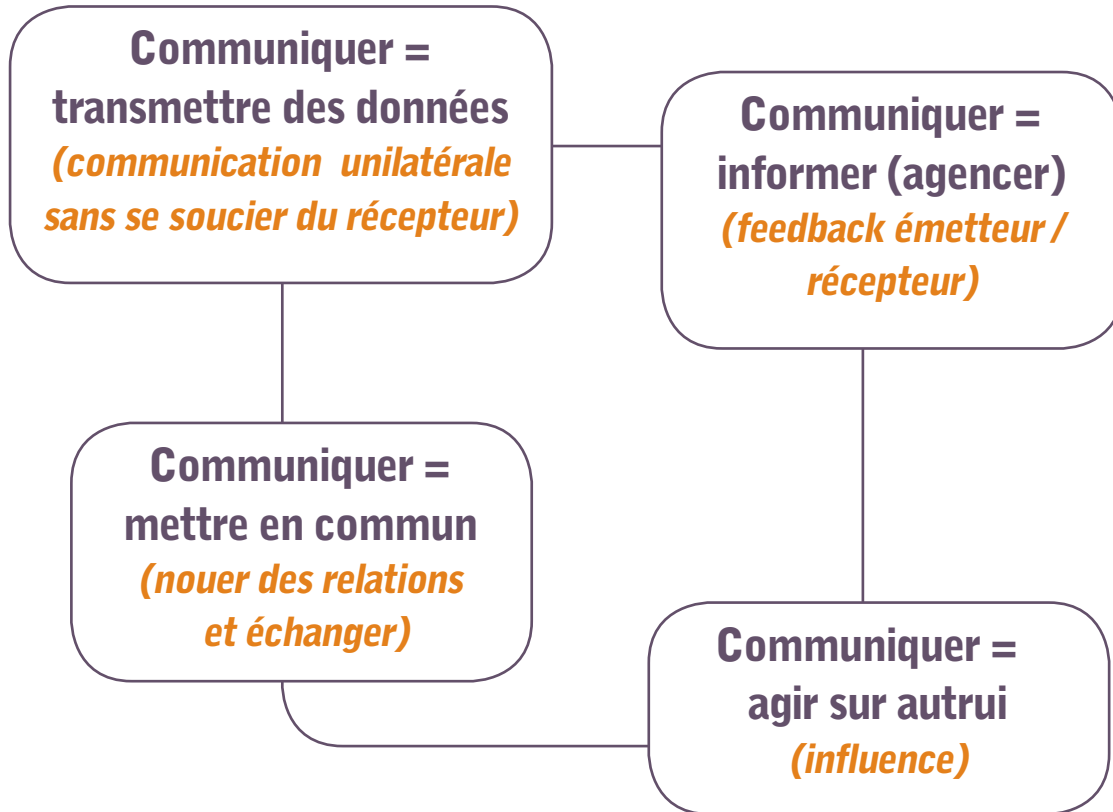
**Anticiper  
sa communication :  
les objectifs avant les moyens**

**Tenir compte de l'histoire  
particulière du territoire**  
(lieux, monuments, histoire, traditions  
culturelles et économiques, industries et  
savoir-faire, personnages, événements,)  
**et de ses acteurs**

**Engager sa  
communication  
sur le long terme**

# Rien de plus naturel que de communiquer... **POURTANT !**

Les BASES de la communication



La phénoménologie (traitement de l'information) : nous ne retenons ou prenons en considération qu'une infime quantité de l'information disponible.

**Communication**  
**naturelle + omniprésente**  
*(langage, silence, inaction...)*

- Mots porteurs de sens particulier selon les valeurs, les normes
- Messages souvent ambivalents
- Récepteur sélectionne les messages et les comprend différemment de ce que pense avoir exprimé l'émetteur.
- En l'absence d'information, on développe des préjugés/ jugements conscients ou non

## Pourquoi la transmission d'infos échoue-t-elle souvent ?

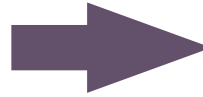
### Comprendre

Les représentations mentales influencent la perception des infos

- le malentendu n'est pas un accident mais la norme !
- Derrière chaque question, il y a des croyances

Le niveau d'information est différent d'un acteur à l'autre  
*(projet pris en cours de route)*

Les incompréhensions peuvent être visibles dans les actes et pas forcément dans la parole *(démotivation, désintérêt...)*



### Techniques pédagogiques

- Reformulation (simple, synthétique, abusive *(faire valider son interprétation)*, formulation de l'état émotionnel...)
- Hiérarchisation des infos (commencer par les conclusions, faire régulièrement des synthèses...)
- Savoir apporter les infos au bon moment (ni trop tôt ni trop tard)
- Se mettre dans la peau de celui à qui on s'adresse
- Mettre en place une pédagogie de terrain pour "voir" les enjeux techniques

# Comment mieux impliquer les élus dans la structure et ses projets ?

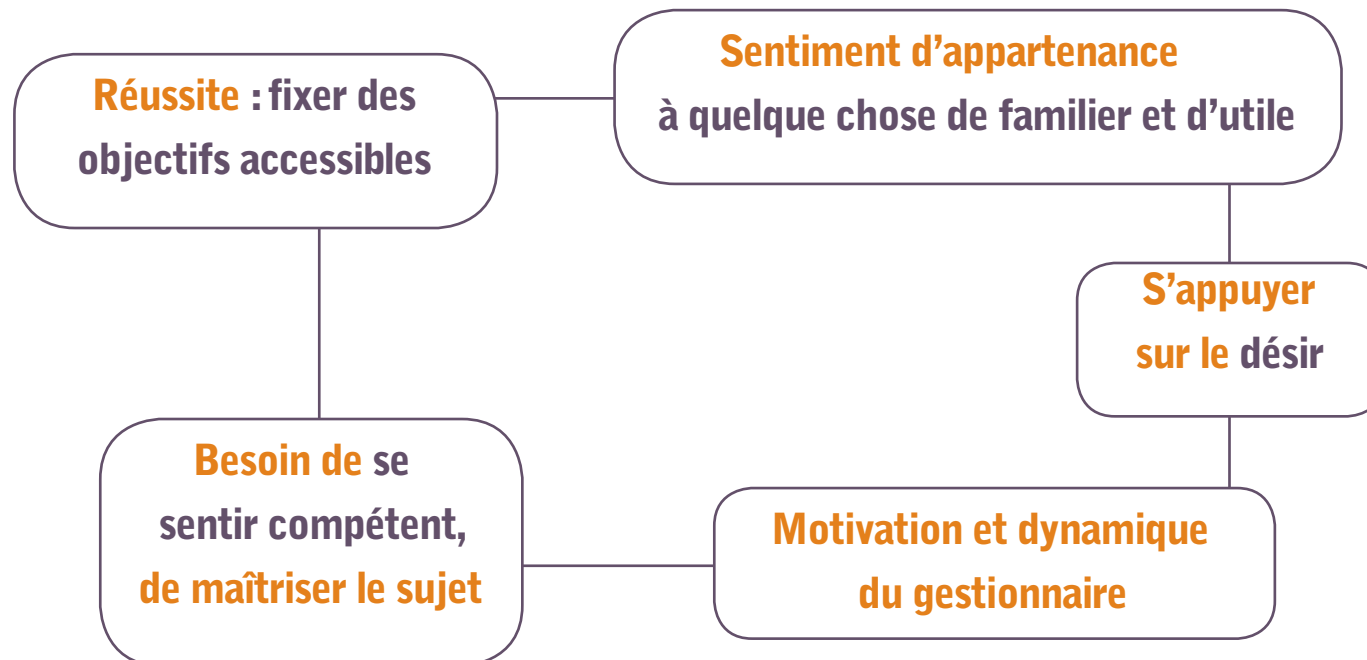
Communication ENGAGEMENT

## Les indicateurs de motivation

**L'état émotionnel de chacun** : *fierté à porter un projet ou découragement*

**L'état comportemental** traduit dans les actes (*participation, ou non, retrait, prise de décision*)

## Les leviers pour motiver



## Techniques de motivation / implication

### **“Influence”**

de l'émetteur sur les individus

- Appui sur le principe de similarité (effet de groupe comme preuve sociale)
- Appui sur le principe de “cryptomnésie sociale”

### **Changement par l'individu lui-même**

(Théorie de la dissonance cognitive et de la théorie de l'engagement)

- Ce sont les actes et pas les idéologies qui font agir.

*“Rien ne sert d'argumenter... Cela ne fera pas changer l'individu...  
Au contraire il va renforcer ses propres idées initiales”*

- Réduction de la dissonance cognitive (écart entre ses idées (attitudes) et ses actes/comportements) pour éviter situation inconfortable.

- Comment faire pour modifier les actes ? :
  - agir dans un contexte de liberté
  - acte public plus engageant
  - répétition de l'acte...

## Individualiser pour mieux dynamiser le groupe

- Donner des tâches valorisantes à chacun : impliquer les élus sur des projets qui leur sont proches (ex : interview)
- Valoriser les interventions de chacun (même le petit détail)
- Importance du sentiment de liberté de chacun dans la structure de gestion



- Risque d'incompatibilité sur des objectifs communs
- Risque de pouvoir par celui qui "sait" ( cf "zone d'incertitude" détenue par celui qui dispose de plus d'info - M. CROZIER)



Que faire alors ?

- *Se fixer des objectifs qui ne peuvent être qu'atteints par le groupe*





## Mettre en place une **STRATÉGIE** de communication

- Définir les **OBJECTIFS**  
(information, pédagogie, com. comportementale...)
- Les **CIBLES**
- Les **MESSAGES**
- Les **MOYENS / SUPPORTS**
- **TEMPS / RÉGULARITÉ**
- Modalités d'**ÉVALUATION** de sa communication (impacts directs et indirects)  
*Comment ? : entretiens, questionnaire*

# Prendre conscience des erreurs souvent commises en communication externe

Communication EXTERNE

## ERREURS

### Référentiel autocentré :

partir de nos propres besoins sans  
prendre en compte ceux d'autrui

= Communication instrumentale  
à sens unique

## ERREURS

### Communiquer pour

"ceux de chez nous" (entre  
nous) et oublier "ceux  
d'ailleurs"

## ERREURS

Problème de  
langage

## ERREURS

Choix erroné  
d'outils et de méthodes

## ERREURS

Jamais de bonnes nouvelles ?

(message négatif ?  
message moralisateur ? )

### Choix souvent trop privilégié

Si communication = transmission de données : brochures, affiches, rapports, lettres, CD ROM, radio...

Si communication = processus interactif : réunions, téléphones, tables rondes, ateliers...