



# Assemblée des Citoyens du Monde

Assemblée consultative auprès du Congrès des Peuples

## La communication citoyenne

Ungersheim (France, 68) : les 15 et 16 novembre 2014

A l'invitation de la [Maison de la Citoyenneté Mondiale](#) de Mulhouse,  
en partenariat avec la [Ville d'Ungersheim](#) et le réseau [RITIMO](#)

27 personnes présentes.

### Premier temps : présentation des projets et outils

Un tour de table a permis à chacun de faire mention de ses engagements citoyens et des médias, utilisés pour la communication. Le constat est partagé par beaucoup de participants : il existe une grande quantité de moyens de communication et d'outils numériques. Beaucoup d'informations circulent, mais on a l'impression d'être seul face à la surinformation ou saturation.

**Communiquer ce n'est pas seulement émettre des messages, diffuser des informations mais susciter des actions en retour**

Un système d'information, surtout s'il est numérique, peut oublier la personne en face de soi. Communiquer c'est s'adresser à quelqu'un qui n'est pas un fantôme, c'est entrer en relation avec lui, dialoguer.

La communication interpersonnelle " physique " est sans doute plus limitée que les mass médias mais plus intense, plus efficace..

Il nous faudrait donc mieux organiser la circulation de l'information, avec des allers et retours, des partages d'expérience. Entre associations la communication ne se fait pas toujours. Est-ce seulement un problème de temps ?

**Une structure accessible** : il y a nécessité de construire " un pôle local où nos initiatives soient visibles par l'opinion, au-delà du cercle des convaincus ". Comment toucher les publics éloignés de nos idées ?

**Un support** : il peut être écrit, visuel ou oral. Il faut savoir passer d'un support à l'autre. L'exemple est donné des groupements d'achat : Au début ils étaient mal vus dans le quartier " conservateur " de Verviers où ils étaient proposés. Petit à petit, par le bouche à oreille et par l'expérience, ils se sont fait accepter et reconnaître.

**Un contenu** : un contenu simple et clair, qui donne envie à ceux qui sont susceptibles d'écouter, d'en savoir plus. Faire connaître les mérites de quelque chose, l'intérêt d'un évènement, inviter à la chaleur d'une rencontre : le contenu de l'information est tiré du réel et vérifié. Plutôt que s'imposer, importuner ou abonder, l'information doit se faire désirer, se rendre visible, avec suggestion de développement selon les cultures ou les centres d'intérêt.

**Un réseau** : Ne s'agit-il pas en fait de créer des communautés, de nouveaux groupes avec des références partagées et des débats ? La communication en réseau se fonde sur la confiance et le respect. quelque soit le support.

Il y a toujours cette tension entre divulguer au maximum et cibler pour essaimer ensuite.

Se dégage tout de même un inclination pour la communication par " l'exemple ".

Discuter avec ses proches, être audible, crédible, convaincre puis dans un second temps essayer d'obtenir l'appui des institutions et " médias traditionnels ".

Créer des ponts du local au mondial. Chacun peut avoir une ou deux personnes-relais à qui communiquer les informations originales. Ces personnes relais doivent être formées pour évaluer l'information, et la transmettre aux personnes concernées par les supports adaptés.

**Un langage commun** : Pour être accessible, une information doit utiliser un langage commun. Attention aux abréviations, aux codes sectoriels. Le communiquant doit s'inquiéter du support de réception de l'information : tout le monde ne reçoit pas le journal ; tout le monde ne reçoit pas de SMS ou de MMS sur son téléphone portable ou son androïde.

Les langages informatiques dans leur diversité de dénomination, de structures et d'identification peuvent constituer une barrière de communication. Il faut prendre le temps de se familiariser ensemble à ces nouvelles technologies et au dédale des sites d'information.

Le langage commun, c'est aussi le sens que l'on donne aux mots. Un même mot peut avoir des sens différents selon la communauté (groupe de personnes qui se réfèrent à des valeurs) ou le contexte.

## Deuxième temps : présente quelques éléments de base de la communication

par Christian Denis, comme personne-ressource,

**Communiquer =**

- donner connaissance de
- faire partager
- transmettre
- relier

**"Toujours se demander pourquoi communiquer avant de se demander comment"**

1. Analyser la situation, l'événement
2. Définir les objectifs de la comm'
3. Définir les publics cibles de la comm'
4. Définir le contenu du message
5. Choix des media et supports
6. Diffusion(s)
7. Evaluation

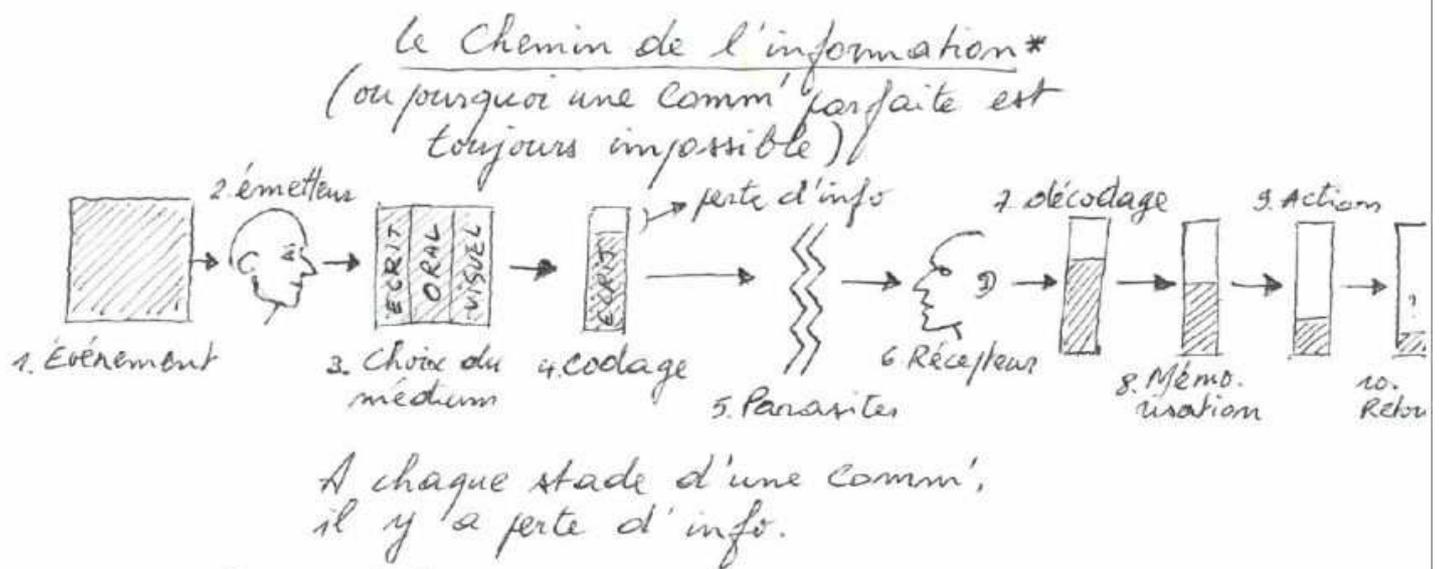
**Une communication, c'est :**

un évènement, une info -> un codage / un décodage -> des relations humaines

**Questions à se poser avant de communiquer**

1. Quel est le contenu essentiel du message, celui que l'émetteur (le communicant) veut qu'on retienne ? Ne jamais vouloir tout dire !
2. Quelle est la forme la plus adéquate pour y parvenir ?
3. Une fois le coeur du message clairement identifié par l'émetteur, il doit être présenté et représenté de différentes façons ==> importance de la forme (humour, sérieux, colère, indignation ..) / choix du style graphique et narratif. La forme doit emballer le message sans le masquer, elle doit donner envie au "récepteur" du message de se l'approprier.

Le chemin de l'information (ou pourquoi une Comm' parfaite est toujours impossible)



- |                                 |                 |
|---------------------------------|-----------------|
| 1. Événement                    | 6. Récepteur    |
| 2. Émetteur                     | 7. Décodage     |
| 3. Choix du médium              | 8. Mémorisation |
| 4. "Codage" (d'où perte d'info) | 9. Action       |
| 5. Parasites                    | 10. Retour      |

**A chaque stade d'une comm' il y a perte d'info.**

1. Événement à transmettre
2. "Émetteur" avec ses capacités d'expression et ses manques
3. Choix. Idéalement on multiplierait les supports mais ce n'est pas toujours possible. Dans l'exemple ci-dessus, il y a Choix d'un médium, donc perte d'info qu'on aurait pu apporter avec les 2 autres (illustration, photo, son).
4. Codage. Dans ce cas (écrit). maîtrise plus ou moins parfaite de la langue, du style => perte d'info due au codage.
5. Les parasites : les "bruits", la distraction, le manque de connaissances préalables du récepteur, le désintérêt ...
6. Le récepteur de l'info avec ses capacités propres
7. Décodage (dans ce cas, la lecture). Le décodage est fonction de l'histoire personnelle du récepteur, de sa culture propre, du fonds culturel commun, du moment, de la qualité du message (précision, style ..)
8. Mémorisation => Importance de toujours avoir un cœur de message clair qui, dans le meilleur des cas, sera retenu.
9. Action. Stade éventuel (par exemple si on appelle à manifester)
10. Le "retour", soit ce qui revient à l'émetteur du message après l'émission. Difficile à prévoir et même à quantifier (sauf dans le cas d'une manif" par exemple)
  - Retour Zéro : l'émetteur parle
  - Retour moyen : le récepteur peut poser des questions
  - Retour élevé : dialogue réel Les nouvelles technologies favorisent le "retour" mais parfois jusqu'à l'excès, jusqu'au travestissement ou à la perte du message initial. => Prudence.

Au delà de la mode, de la technologie, la Comm' c'est toujours de la technique qui doit identifier les codes cognitifs et culturels communs entre *l'émetteur* et le *récepteur*, puis les exploiter au mieux.

Quelle que soit la pertinence du message, vous n'êtes pas de divins prophètes dont les oracles vont passionner les foules ! Si la technique est mauvaise, cela risque même de n'intéresser personne.

Faire simple

Encore plus simple.

## Troisième temps : présentation d'initiatives à venir

### Nos outils possibles :

- Web citoyen de type Wikipedia
- Développement de l'identité numérique certifiée (réseau de confiance)
- Outils Google pour un travail collaboratif : un seul compte pour plusieurs services ; travail simultané, partage d'écran, fonds documentaire, etc...
- Groupe de travail en forum pour les échanges après cette rencontre

### Nos sources d'information :

- Centre de documentation des Citoyens du Monde, Agence de presse mondialiste
- Maison de la Citoyenneté Mondiale, Sites Internet d'Esperanto, Banque du rêve,
- Assemblée des Citoyens du Monde : 142 organisations dans 23 pays
- Newsletter : Echo des Alternatives, News Colibri
- Facebook, Youtube, et autres sites concernant des séquences audiovisuelles
- Exposition Albert Camus
- Galerie "citoyendumonde.org"

### Suggestions :

- Envisager un film : ce que je gagne à être Citoyen du Monde, et vous qu'y gagnez-vous ?
- La fête comme moyen de créer du désir, de susciter de l'enthousiasme dans un monde figé.

### Projets à faire connaître :

- Miam'iam chez l'habitant
- La marche pour la paix et la fraternité
- Groupement d'achats collectifs à Verviers
- Est en Transition (Belgique)
- Sud Alsace Transition (Mulhouse)

# Propositions du Centre Camerounais d'Enregistrement des Citoyens du Monde

## TITRE 1- COMMUNICATION

- Une Formation des rédacteurs des articles de Presses
- Une Formation Internet requise pour des correspondants des territoires mondialisés
- Une Formation des éditeurs de Presse
- Une Formation des Animateurs radiophoniques
- ANALYSE objectives de l'information
- Correction de l'information

## TITRE 2- PLAN TECHNIQUE,

- Demande d'un don d'ordinateurs
- Demande de dictaphones
- Demande de cameras
- Difficultés d'envois des courriers postaux, édition d'enveloppe universelle citoyenne du Monde du centre 84-1
- Difficultés Humaines (moyen de communication, transports, frais d'administration)

## TITRE 3- TRAITEMENT DE L'INFORMATION et Diffusion

## TITRE 4- Mondialisation et jumelage

- Correspondance de jeunesse avec les jeunes des autres territoires mondialisés
- échange d'expérience, de connaissance, accueil, tourisme solidaire

## TITRE 5- Culture et Éducation à la citoyenneté mondiale

1- Demande d'un plan d'action d'étude mondialiste niveau primaire et secondaire

2- Demande des livres d'études mondialistes (livres et documents d'éducation civique mondialistes, ordinateur, imprimante, scanner, appareil photo, documentation pédagogique mondialiste au terme de la charte des enseignants et éducateurs mondialistes)

---

## Communication au niveau des Territoires citoyens du monde.

le Conseil des Territoires Citoyens du Monde a pour but de mettre les Territoires citoyens du monde en lien les uns avec les autres. L'un des premiers pas à faire est que les Territoires citoyens du monde aient le souci de la communication. Cela doit être le travail des représentants élus ou encore des correspondants délégués.

- Que faut-il communiquer d'un Territoire vers les autres ?
- Qui sont les communicateurs ?
- Quand communiquer ?
- Avec quels outils ou quels moyens ?
- Quelle écoute chaque Territoire peut-il avoir de la communication des autres ?
- Quelles implications dans la vie locale ?

Quelle "stratégie" tout cela permettra-t-il de mettre au point pour aller dans le sens de la Charte ?