



## **Outils de communication et d'animation participative**

**Janvier 2007**

**Réaliser par : Karim Bribri**

**Ce manuel est distribué sous Licence Creative Commons. Il peut être utilisé et distribué librement sous certaines conditions, voir la licence d'utilisation :**

Attribution-No Derivative 2.5

<http://creativecommons.org/licenses/by-nd/2.5/deed.fr>





## Sommaire

I-	Qu'est ce qu'une communication.....	4
1.	Propositions de définitions.....	4
2.	La communication participative .....	4
II-	Quelles sont les composantes d'une communication interpersonnelle ?	4
1.	L'émetteur et le receveur .....	5
2.	Les transmetteurs et les récepteurs .....	5
3.	Le message : .....	5
4.	Les canaux .....	5
5.	Le bruit.....	6
6.	La signification.....	6
7.	Le codage .....	6
8.	Le décodage.....	6
9.	La rétroaction .....	6
III-	Comment être objectif dans une communication ? .....	7
1.	Les faits : .....	7
2.	Les inférences :.....	7
3.	Jugements de valeur .....	8
IV-	Les différents styles de communication.....	9
1.	L'autorefus .....	9
2.	L'autoprotection.....	9
3.	L'autoexposition .....	10
4.	L'autonégociation .....	10
5.	L'autoaccomplissement .....	10
V-	La formation des adultes .....	11
1.	Quelles sont les caractéristiques de l'apprentissage des adultes .....	11
2.	Les principes de base de l'apprentissage des adultes : .....	11
3.	Comment communiquer entre adulte .....	12
VI-	Techniques de communication participative .....	13
1.	Qu'est ce que les techniques de la communication participative ?.....	13
2.	l'écoute active :.....	13
-	Qu'est ce que l'écoute active .....	13
-	Comment augmenter ses facultés d'écoute .....	14
3.	Le questionnement stratégique.....	14
-	Qu'est- ce que le questionnement stratégique ?.....	14
-	Les types de questionnement .....	14
4.	Image (code illustré).....	16
5.	L'anecdote .....	16
6.	Etude de cas.....	17
7.	les figurines.....	18
8.	le jeu de rôle.....	19
9.	les supports audio-visuels.....	20
10.	Eléments de préparation d'une communication.....	21
VII-	L'animation .....	22
1.	Aspect théorique de l'animation.....	22
2.	Qu'est ce qu'un animateur .....	23
3.	qu'est ce q'un agent de développement local.....	23
Aptitudes	et comportements du bon animateur .....	23
4.	Comment animer un Groupe? .....	23
-	Quelques bonnes pratiques.....	23

- Quelques Situations difficiles .....	24
1. Préparer une bonne ouverture : .....	25
2. Rapporter les idées ressorties de manière qu'elles soient visibles ....	26
3. Mener le débat vers l'objectif visé .....	26
4. Clôturer le débat.....	26
5. Quelques techniques d'animation.....	27
- réunion de discussion .....	27
- Brainstorming .....	27
- la visualisation .....	27
6. Les différentes questions d'animation .....	28
- Les questions secrètes.....	28
- Les questions concrètes.....	28
- La question alternative .....	29
- La question relais .....	29
- La question miroir.....	29
- La réaction en chaîne : .....	30
- l'avocat du diable.....	30
- La fausse conclusion.....	30
Quelques citations sur la communication.....	31



# I- Qu'est ce qu'une communication

## 1. Propositions de définitions

La communication est un acte d'information : dans toute communication, il y a nécessairement transmission d'information. Mais elle est plus qu'un simple échange d'informations entre un émetteur et un récepteur. C'est un processus de partage de sens par l'interprétation réciproque de mots, de signes, de gestes...

### Ou encore

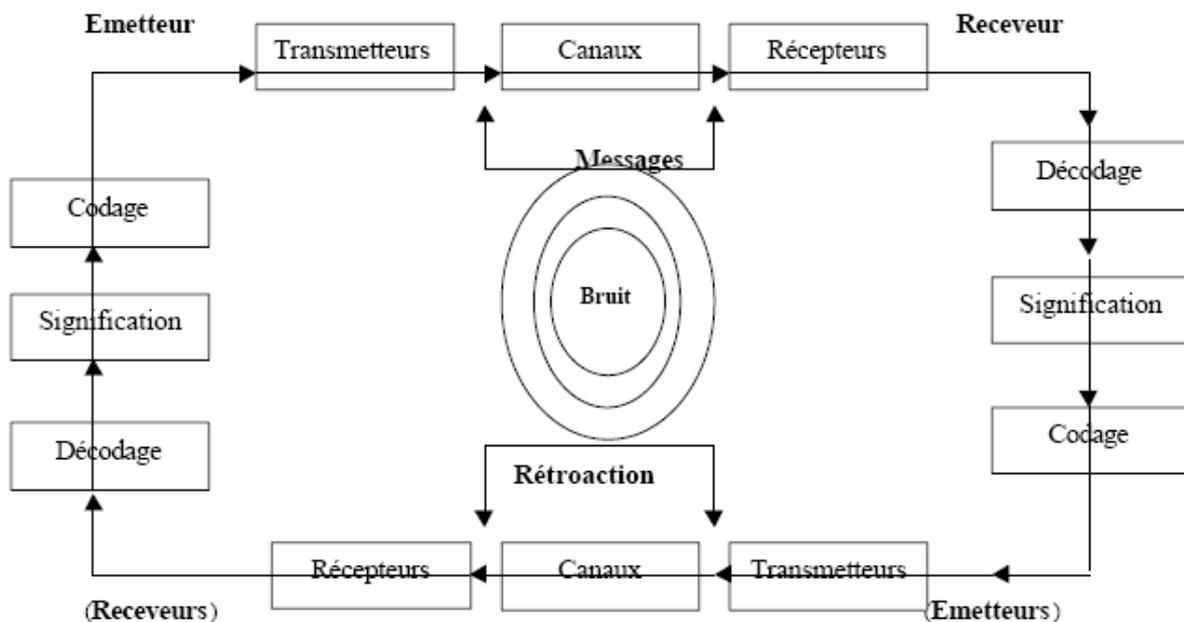
La communication est la mise en commun de l'information entre au moins deux personnes. C'est un processus de partage de sens via l'interprétation des signes et du langage pour atteindre un intérêt commun.

## 2. La communication participative

C'est un processus qui facilite le partage de l'information dans le développement grâce à l'utilisation de techniques de communication participative.

# II- Quelles sont les composantes d'une communication interpersonnelle ?

Le processus de communication passe au-delà d'un émetteur qui lance un message à travers des canaux. Pour un récepteur, c'est l'ensemble des opérations qui permettent la compréhension de l'information partagée. C'est pour cette raison, que les composantes de la communication sont présentées dans le schéma ci-dessous:



## 1. L'émetteur et le receveur

La communication interpersonnelle exige la participation d'au moins deux personnes. Etant donné que la communication interpersonnelle comporte souvent de nombreux échanges entre les personnes concernées, il est arbitraire de dire que l'une des personnes est l'émetteur et l'autre le receveur. Il est à noter que les rôles peuvent permuter et ce en fonction de la position qu'occupe chacune des personnes à un moment donné du processus.

## 2. Les transmetteurs et les récepteurs

Transmetteurs et récepteurs sont deux termes utilisés pour identifier les personnes qui envoient ou reçoivent le message. Dans la communication interpersonnelle, ces termes impliquent généralement l'usage de nos sens : la vue, l'ouïe, le toucher, l'odorat et le goût. La transmission peut donc mettre en jeu des moyens verbaux et non verbaux (gestes, grimasses...). A partir du moment où la transmission commence, le processus de communication échappe à la maîtrise absolue de l'émetteur. Un message qui a été transmis ne peut pas être repris.

## 3. Le message :

C'est l'expression d'une idée, la description d'une situation, l'élément essentiel du processus de la communication. **C'est le catalyseur**. C'est pour cela qu'un message doit répondre à la règle **4C** :

**C**laire  
**C**ourt  
**C**ompréhensible  
**C**omplet

Les 4 fonctions du message sont :

- 1- *Un message informe,*
- 2- *Un message sensibilise, conscientise,*
- 3- *Un message motive*
- 4- *Un message encourage le récepteur à agir*

Si le message ne répond pas à ces règles, **la communication interpersonnelle demeure inactive**

## 4. Les canaux

Les canaux sont les moyens par lesquels (atmosphère, ligne de téléphone) les messages de l'émetteur parviennent au receveur.

## 5. Le bruit

Lors de la transmission du message via un canal, le bruit environnant peut engendrer une interférence. Exemple de bruit : Un avion qui passe à basse altitude pendant qu'une personne essaie de parler à quelqu'un d'autre.

La règle d'or dans une communication interpersonnelle est de prendre conscience du bruit pour pouvoir le surmonter.

## 6. La signification

Les messages reçus sont interprétés sous une forme symbolique (par exemple, les paroles prononcées) par le récepteur qui leur donne sa propre signification. Les **significations** correspondent aux idées, valeurs, attitudes et sentiments d'une personne ainsi qu'aux situations dans lesquelles elle se trouve.

## 7. Le codage

Le codage permet de traduire les significations en messages aptes à être envoyés. Le vocabulaire et les connaissances jouent un rôle important dans la capacité de codage de l'émetteur.

## 8. Le décodage

Le décodage est la traduction des messages reçus qui prennent alors la forme de significations interprétées. Grâce à l'utilisation d'un langage commun, les individus peuvent décoder de nombreux messages de sorte que les significations reçues soient aussi proches que possibles des significations transmises.

## 9. La rétroaction

La rétroaction ou le feedback est la réponse que le receveur donne au message. Elle indique à l'émetteur si le message a été reçu tel qu'il a été expédié. Grâce à elle, la communication interpersonnelle se transforme en processus dynamique, fréquent, aller-retour, au lieu de n'être qu'un simple fait.

### III- Comment être objectif dans une communication ?

Pour pouvoir « **prendre du recul** », et tenter d'être le plus objectif possible dans ses interprétations, il est essentiel de s'entraîner à bien distinguer entre: les **faits**, les **inférences** et les **jugements**.

#### 1. Les faits :

Ce sont les observations concrètes indépendantes de tout jugement personnel. Par exemple : «Elle conduit une voiture ». Un tel constat objectif peut être aisément partagé par d'autres observateurs qui peuvent venir renforcer nos certitudes dans notre manière de percevoir la réalité.

#### 2. Les inférences :

Ce sont les interprétations que l'on élabore à partir des faits. Par exemple : « Elle possède le permis de conduire » est une inférence qui vient s'ajouter à l'observation « elle conduit une voiture». Pourtant, rien ne permet d'affirmer qu'elle est bien titulaire d'un permis de conduire (les gendarmes ont d'ailleurs bien compris ce principe).

Or il s'avère que l'inférence est notre mode de communication principal avec les autres, ce qui génère un bon nombre de malentendus.

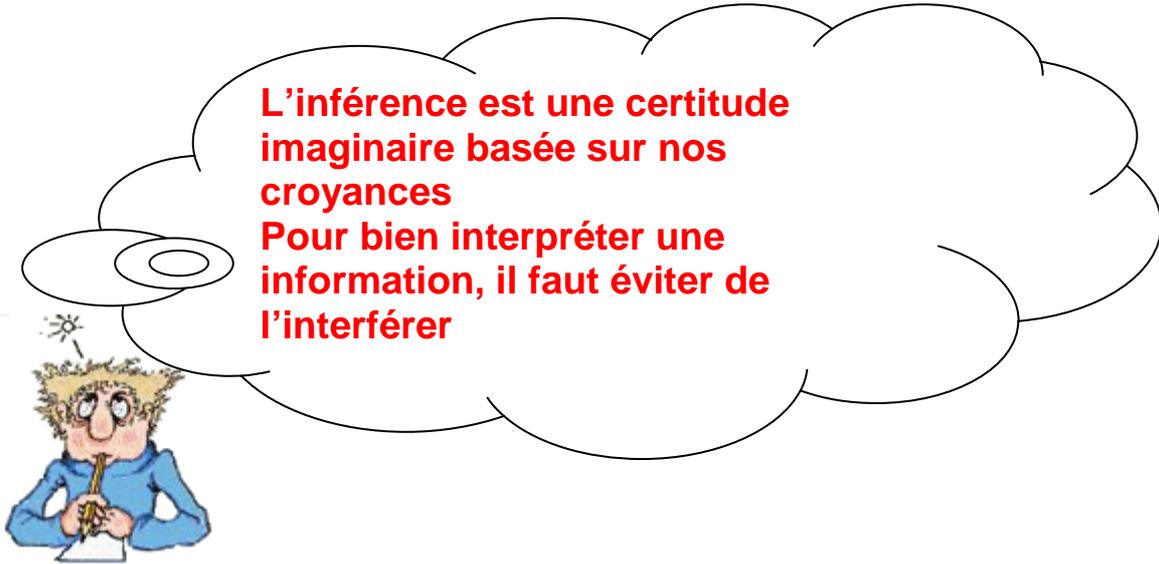
Cela demande de faire un effort pour ne pas se laisser entraîner par notre première idée.

#### Une inférence peut-elle être juste ?

L'inférence est une estimation à partir de ce que nous savons des choses. Elle est donc du domaine des probabilités tandis que les faits se rapprochent de la réalité. La justesse d'une inférence (dans le sens qui tend le plus possible à se rapprocher de la certitude) dépend de la nature et du nombre de vérifications (recoupements) que nous aurons préalablement pris soin d'effectuer.

Les faits sont des éléments d'informations extérieurs à nous

Les inférences sont des éléments d'informations créés par nous



### 3. Jugements de valeur

En tant que tel, le jugement de valeur n'est pas un fait. Il exprime un point de vue personnel. Lorsqu'on dit d'une personne qu'elle est « paresseuse » ou « méchante », ce sont des jugements de valeurs. Nous exprimons là nos critères de paresse et de méchanceté.

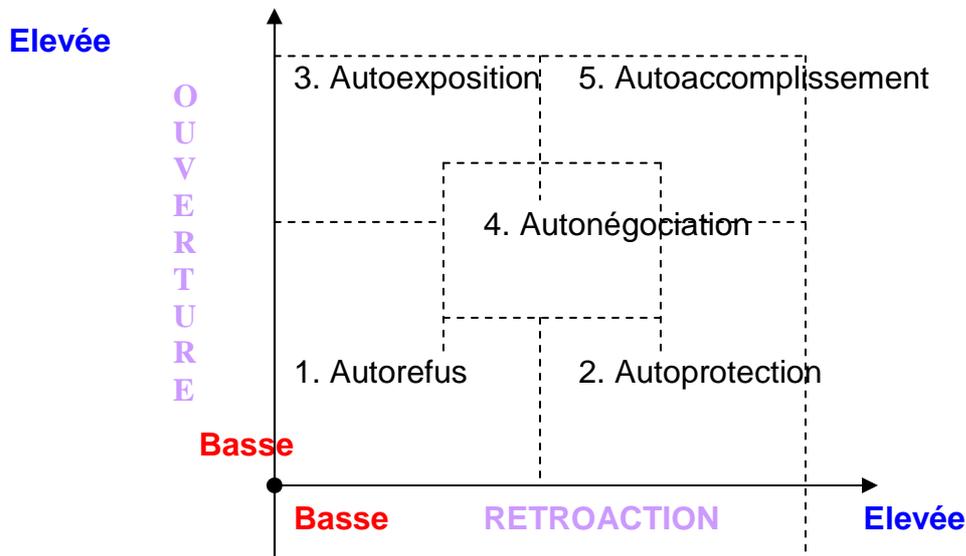
De plus, si d'autres personnes partagent le même point de vue, cela nous reconforte dans notre jugement et renforce nos convictions. Mais cela ne signifie pas que nous sommes dans le vrai. Pourtant, c'est généralement **notre jugement que l'on communique aux autres** et non le récit des faits. On pourrait dire que le jugement de valeur est une interprétation de l'inférence. Le tableau ci-dessous nous permet de mieux saisir les conséquences d'un tel processus au plan de la communication. Lorsque l'on est confronté à ce type de discours, il est important de chercher à identifier les faits d'origine :

- D'où vient l'information ?
- Mon interlocuteur était-il observateur ?
- L'a-t-il entendu de quelqu'un d'autre ?
- N'a-t-il pas été influencé par une inférence ?

Fait	Inférence	Jugement
ce que l'on observe	ce que l'on pense	ce que l'on juge et communique aux autres

## IV- Les différents styles de communication

Le degré de la capacité de communiquer d'une personne s'identifie par sa capacité à s'ouvrir à autrui et sa faculté d'écoute et de rétroaction. Pour cette raison, 5 styles de communication peuvent être identifiés qui dépendent des degrés d'ouverture et de rétroaction de la personne.



### 1. L'autorefus

Les individus utilisent ce style pour s'isoler des autres et s'éloigner d'autrui. Les individus introvertis (individualiste) utilisent plus volontiers ce style de communication que les individus extravertis. Les individus qui pratiquent l'autorefus manifestent une faible ouverture à l'égard d'autrui et fournissent peu de rétroaction. Dans les cas extrêmes, ils dissimulent leurs idées, leurs opinions, leurs attitudes et leurs sentiments.

### 2. L'autoprotection

Les individus pratiquent l'**autoprotection** quand ils ne cherchent qu'à découvrir les autres ou porter des jugements sur autrui. Ce style suppose une forte rétroaction face aux autres mais comporte une faible ouverture à leur égard. Dans les cas extrêmes, les individus auto protecteurs ne partagent avec autrui que leurs idées, leurs opinions, leurs attitudes et sentiments à propos d'autres personnes, Généralement, ils sont tout prêts à entendre les confidences qu'un autre leur fournit sur lui-même et ils partagent volontiers avec autrui ces mêmes renseignements sur des tiers. Mais ils ne perçoivent ni ne divulguent jamais les commentaires qui mettent en relief leurs propres limitations ou les traits de leur caractère qui mériteraient d'être corrigés. La rétroaction constante qu'ils fournissent peut constituer une tactique défensive qui leur évite d'être mis sur la sellette et de subir les commentaires que font les autres à leur propos.

### 3. L'autoexposition

En usant du style de l'**autoexposition**, les individus incitent autrui à s'intéresser à eux car ils demandent constamment aux autres de réagir face à leur propre comportement. Mais ces individus peuvent en réalité accorder très peu d'attention à la rétroaction qu'ils reçoivent. Le style de l'autoexposition suppose une faible rétroaction mais une large ouverture aux autres.

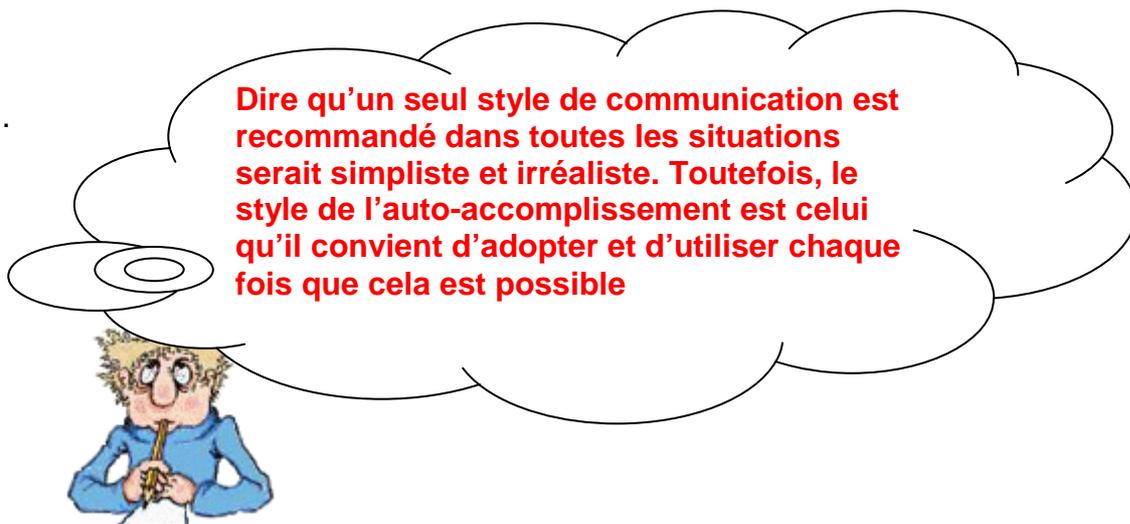
### 4. L'autonégociation

Les personnes qui pratiquent ce style de communication veulent bien fournir une rétroaction et s'ouvrir aux autres pourvu qu'elles constatent une réciprocité. Ces individus n'ont envie de s'ouvrir que dans la mesure où les autres s'ouvrent à eux de la même manière. Le style de l'autonégociation suppose une rétroaction et une ouverture moyenne.

### 5. L'autoaccomplissement

Les individus dont le style est placé sous le signe de l'**autoaccomplissement**, fournissent spontanément toute l'information nécessaire à propos d'eux-mêmes, et demandent une rétroaction et fournissent eux-mêmes une rétroaction dans un esprit constructif sans arrière-pensées défensives. Le style caractérisé par l'autoaccomplissement fournit une forte rétroaction et une bonne ouverture vis-à-vis d'autrui.

Ce style est recommandé dans l'abstrait, mais les facteurs liés à l'environnement de la communication tels que la relation hiérarchique, les pesanteurs sociales... peuvent facilement pousser les individus à adopter un autre style. Or le facteur clef d'une situation est le mode de comportement que les autres adoptent pour communiquer.



## V- La formation des adultes

### 1. Quelles sont les caractéristiques de l'apprentissage des adultes

<b>Apprentissage des adultes</b>
<b>Formateur :</b> <ul style="list-style-type: none"><li>- <b>Animateur</b></li><li>- <b>Facilitateur</b></li></ul> <b>Il Favorise :</b> <ul style="list-style-type: none"><li>* <b>la collaboration</b></li><li>* <b>l'échange</b></li></ul> <ul style="list-style-type: none"><li>- <b>Ne détient pas l'information</b></li></ul>
<b>Sujet :</b> <ul style="list-style-type: none"><li>- <b>Choisi</b></li></ul> <ul style="list-style-type: none"><li>- <b>Accès sur la compétence</b></li></ul>
<b>Climat :</b> <ul style="list-style-type: none"><li>- <b>Confiance</b></li><li>- <b>Convivialité</b></li></ul>

### 2. Les principes de base de l'apprentissage des adultes :

- L'adulte n'obéit pas aveuglement.
- L'adulte veut, apprendre pour augmenter son pouvoir sur son environnement social, professionnel,...
- L'adulte possède une expérience sociale et une compétence professionnelle qu'on aime écouter et valoriser. C'est ainsi que le formateur doit être à l'écoute, pour réagir sur ces expériences et ces compétences comme éléments de référence à l'opération de l'apprentissage.
- L'adulte aime se valoriser avec ses semblables, il préfère réfléchir en équipe, même si parfois, il a tendance à vouloir travailler tout seul pour mieux gérer les informations.
- L'adulte craint souvent la théorie mais il aime cadrer sa pratique théoriquement. C'est pour cela qu'il faut bien accommoder la théorie et la pratique.
- L'adulte fourni de l'effort quand il se sent estimé, que le formateur fournit autant d'effort et d'énergie et qu'il a de l'espace pour partager son expérience.



### **3. Comment communiquer entre adulte**

Si on veut communiquer entre adultes il faut :

- Instaurer un climat de confiance
- Valoriser les expériences
- Agir sur les compétences et le comportement
- Créer un espace d'échange et d'expression

## VI- Techniques de communication participative

### 1. Qu'est ce que les techniques de la communication participative ?

Une technique de communication participative est un ensemble d'outils utilisés de manière à susciter la participation de tous et à faciliter le processus de partage d'informations dans un climat de confiance et de respect.

Plusieurs techniques sont requises. Pour animer un centre d'accès communautaire nous aurons besoins de voir les plus connues d'entre elles :

### 2. l'écoute active :

#### - Qu'est ce que l'écoute active

L'écoute active est un processus qui fait jouer des éléments intellectuels, corporels et émotionnels pour chercher la signification et la compréhension du monde extérieur.

L'écoute doit être attentive. C'est-à-dire qu'il convient que celui qui prête l'oreille focalise toute son attention sur les propos de son interlocuteur.

L'écoute doit être active, ce qui veut dire que le receveur du message doit prouver par le mouvement de la tête, qu'il suit effectivement le déroulement de la conversation et exprime gestuellement son état d'âme.

Enfin l'écoute doit être neutre, c'est-à-dire sans préjugé sur l'interlocuteur. L'animateur, pour qu'il soit très efficace, doit, non seulement écouter le DIT, mais aussi et surtout, écouter le NON DIT des apprenants.

**Le non-dit est l'ensemble des réactions gestuelles ou des mimiques que font les interlocuteurs en réaction au propos. Ces gestes et mimiques sont éloquentes et expriment mieux l'état d'âme des auditeurs.**



- **Comment augmenter ses facultés d'écoute**

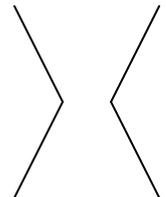
- ✚ Susciter l'intérêt concernant le sujet
- ✚ Attendre avant de parler
- ✚ Ne pas formuler de jugement
- ✚ Distinguer entre les faits et les inférences
- ✚ Distinguer entre les faits et les rumeurs
- ✚ Si le message contient une charge émotionnelle, reformuler le sens avec son propre vocabulaire
- ✚ Chercher la logique dans le message
- ✚ Prendre en considération l'écart temps entre la réflexion (400-500 mots) et la parole (100-150 mots)

**3. Le questionnement stratégique**

- **Qu'est- ce que le questionnement stratégique ?**

C'est un enchaînement de questions suivant une logique déterminée auparavant pour atteindre un objectif bien précis.

La stratégie est souvent approchée par une question ouverte d'introduction qui donne l'accès à une question semi-ouverte et se termine par une question fermée sur l'objet de la communication. Sur l'objet on peut rouvrir la discussion avec des questions semi-ouvertes et ouvertes pour ressortir les opinions et les sentiments des gens par rapport au sujet choisi.



- **Les types de questionnement**

Types de question	Description
✚ <b>Questions ouvertes :</b>	
<b>Pourquoi ?</b>	C'est la question qui permet d'avoir des informations ouvertes à des sens multiples (question philosophique). Elle peut nous informer sur les différentes opinions que les gens ont sur un sujet quelconque.
✚ <b>Questions semi-ouvertes :</b>	
<b>Comment ?</b>	C'est la question qui permet d'avoir des informations ouvertes vers un sens bien précis (question scientifique). Elle peut nous informer sur les différentes façons dont les choses sont ou doivent être faites
✚ <b>Questions fermées :</b>	
<b>Quel ? Que ? Est-ce que ?</b>	C'est une question qui vise à obtenir des renseignements bien précis.

**Le questionnement stratégique est une des techniques les plus utilisées dans la discussion et l'animation. Elle requière une préparation et une maîtrise de la formulation des questions. Le risque de perdre le fil n'est pas à négliger.**



#### 4. Image (code illustré)

Qu'est ce que le code illustré	Comment doit être l'image?	Questions en relation avec l'image
<p>Le Code illustré est une image choisie ou dessinée qui a pour rôle d'introduire un sujet difficile à aborder de façon directe.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Illustrative</li> <li>- Simple (non complexe)</li> <li>- Facile à interpréter</li> <li>- Reflète les conditions socio culturelles des récepteurs</li> </ul>	<p>Les questions autour de l'image sont en deux types</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Des questions d'observation : qu'est-ce que tu vois ?</li> <li>○ Des questions d'interprétation : qu'est- ce que tu comprends ?</li> </ul>

L'image doit être placée sur un support visible pour tous, ce qui permet aux récepteurs de déchiffrer facilement les codes.

#### 5. L'anecdote

Qu'est ce que l'anecdote ?	Objectifs	Le narrateur
<p>Une petite histoire qui illustre une situation réelle similaire à la problématique posée. Elle doit émaner du même environnement socio-culturel de l'audience.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Introduire un sujet d'une manière délicate</li> <li>- Ramener la discussion vers un point précis</li> <li>- Confirmer un point de vue</li> <li>- Conforter un point de vue à des situations réelles différentes</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Doit se mettre dans la situation de la narration</li> <li>- Doit choisir le moment propice</li> <li>- Doit jouer avec sa voix et maîtriser les tonalités selon les faits de l'anecdote</li> <li>- Doit bien choisir ses mots</li> </ul>

## 6. Etude de cas

<b>Qu'est ce que l'étude de cas ?</b>	<b>Objectifs</b>	<b>Quand peut-on utiliser l'étude de cas ?</b>
C'est une histoire qui contient des faits détaillés relatifs au sujet, qui permettent une analyse de la situation	<ul style="list-style-type: none"><li>- Evaluer les compétences</li><li>- Mettre en commun le groupe autour de la même problématique et l'ensemble des questions posées</li><li>- Permet de mettre le doigt sur certains aspects de la problématique</li><li>- Faire la comparaison entre le cas et la situation que le groupe veut traiter</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>- en cas de petits groupes homogènes</li><li>- en cas de changement de dynamique de communication (du débat ouvert vers des résultats précis)</li></ul>



**Ne Jamais utiliser l'étude de cas pour ouvrir un débat**

## 7. les figurines

<b>Qu'est ce que les figurines ?</b>	<b>Objectifs</b>	<b>Quand peut-on utiliser les figurines ?</b>
C'est une histoire qui contient des figurines dessinées qui illustrent la succession des faits, et permettent de se souvenir des faits à travers les figures collées successivement au tableau	<ul style="list-style-type: none"><li>- Introduire un sujet d'une manière ludique</li><li>- Passer d'un sujet à un autre dans un même processus de communication</li><li>- Attirer l'attention sur des faits précis de l'histoire</li><li>- Revenir à certains faits de l'histoire dans la discussion</li><li>- Conforter un point de vue à des situations réelles différentes</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>- En cas de groupes hétérogènes</li><li>- Au début et au milieu de la séance</li></ul>

- Les figurines nécessitent du temps pour leur présentation ; assurez-vous que vous avez le temps nécessaire
- Les figurines nécessitent du temps pour la planification et la préparation
- Les personnages et les figures (images) doivent correspondre à l'imaginaire de la communauté ; choisissez des figures adéquates avec l'environnement socio-culturel
- Le récit et la visualisation des figures doivent s'accommoder parfaitement
- Le narrateur doit jouer avec sa tonalité suivant les faits de l'histoire racontée.

## 8. le jeu de rôle

Qu'est ce que le jeu de rôle ?	Objectifs	Quand peut-on utiliser le jeu de rôle ?
<p>C'est une scène jouée par les participants dans le processus de communication qui reflète une simulation de faits réels comme ils sont conçus par la communauté</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Comprendre la perception de la communauté de certains faits, problèmes ou sentiments</li> <li>- Attirer l'attention sur certains comportements</li> <li>- Confronter un point de vue à des situations réelles différentes</li> <li>- Faciliter la discussion de certains sujets délicats voir parfois tabou</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- En cas de groupes homogènes</li> <li>- En cas de plusieurs petits groupes hétérogènes</li> <li>- Au début, au milieu ou à la fin du processus de communication</li> </ul>



- le jeu de rôle est une technique délicate ; elle doit être amusante ; mais les adultes la trouvent parfois trop ludique
- Pour demander à un adulte de jouer une scène, il faut avoir la confiance qu'il ne se sentira pas gêné ou méprisé
- Les personnes seront capables de jouer toutes les scènes possibles même trop ludiques s'ils savent qu'elle a un objectif d'apprentissage ; plus encore, s'ils vous font confiance
- Il ne faut pas dépasser quelques minutes pour présenter la scène
- La scène doit être simple et ne doit contenir aucun fait complexe ; elle ne doit pas prendre beaucoup de temps dans sa préparation
- Il faut bien préparer votre questionnement stratégique pour lancer la discussion après la présentation de la scène

## 9. les supports audio-visuels

<b>Qu'est ce que les supports audio-visuel ?</b>	<b>Objectifs</b>	<b>Quand peut-on utiliser le jeu de rôle ?</b>
Ce sont les supports qui permettent de regarder des films, des documentaires, des dessins animés ou des interviews... qui énoncent, discutent ou font le point d'un sujet que l'on veut communiquer autour de lui	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Donner un exemple sur un sujet</li> <li>- Attirer l'attention sur certains comportements nouveaux</li> <li>- Confronter un point de vue à des situations réelles différentes</li> <li>- S'approcher de la perception de la communauté par rapport au sujet de la communication</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- En cas de groupes homogènes</li> <li>- Au début, au milieu ou à la fin du processus de communication</li> </ul>

Les supports audiovisuels peuvent être :

- des films documentaires
- des vidéos en CD ou en cassette
- des dessins animés audio-visuels
- des interviews sur Internet (Podcast)

<b>Avantages des supports audio-visuels</b>	<b>Inconvénients</b>
<p><b>Forte imprégnation du message</b>  <b>Plaisant</b>  <b>Capte l'attention des participants</b>  <b>Aide à se souvenir</b>  <b>Rattache fortement à la réalité</b>  <b>« Effet de modernité »</b></p>	<p><b>Passivité : pas moyen de répondre aux personnages du supports</b>  <b>Effet de cinéma</b></p>

**Attention !**

**L'outil doit être adapté au contexte socioculturel de la communauté**

**Attention !  
Utiliser un support trop sophistiqué attire,  
parfois, l'attention sur le matériel et non sur le  
message ; utilisez le, mais après clarification du  
mode d'emploi**



## **10. Éléments de préparation d'une communication**

La réussite de la communication dépend principalement de la qualité de sa préparation. Combien de fois des sujets bien pertinents se sont vus vidés de leur sens à cause d'une mauvaise préparation.

Dans ce sens, la préparation d'une communication serait la description détaillée du processus par lequel passe la communication.

Cette description devra faire l'objet d'une fiche qui contient les éléments suivants :

- Objectifs de la communication
- Lieu du déroulement de la communication
- La cible : la nature, le nombre
- La durée
- Les besoins (outils)
- La démarche :
  - o Découper le sujet en séances
  - o Déterminer les objectifs de chaque séance
  - o Préciser la durée de la séance
  - o Décrire les étapes de la communication en déterminant les techniques de la communication adaptées
- Restitution
- Les conseils pour l'animateur

## VII- L'animation

### 1. Aspect théorique de l'animation

**Animer**, c'est rendre vivant, gai, c'est également mettre en relation et faciliter l'atteinte des objectifs d'un groupe.

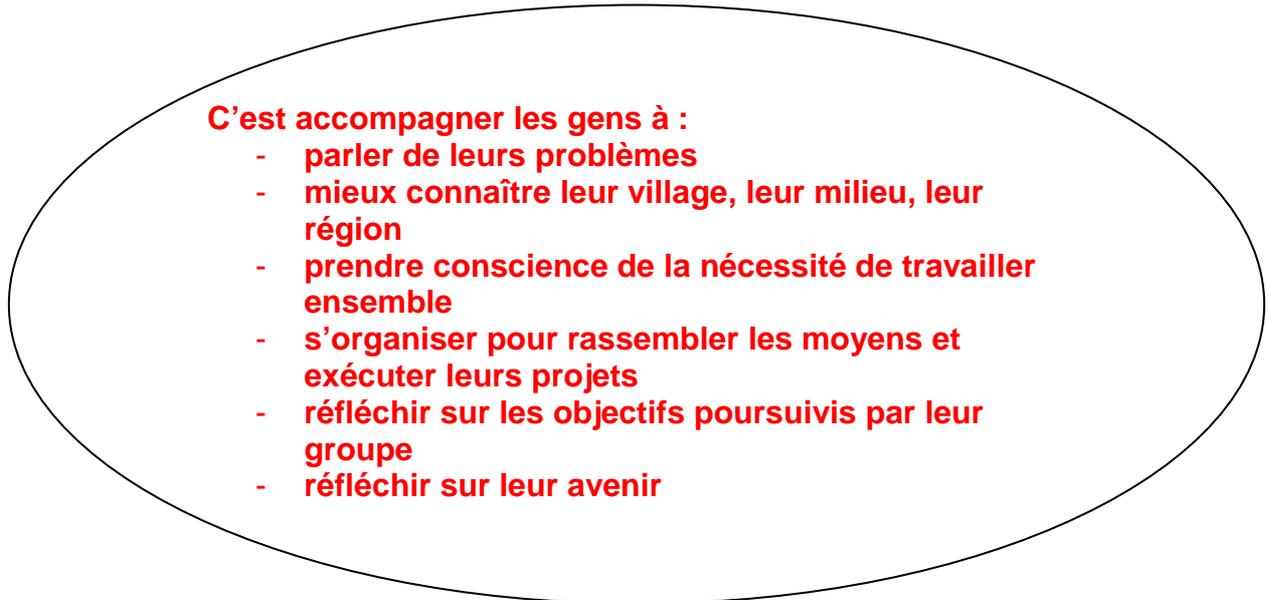
#### Animer groupe restreint



#### Animer un groupe élargi



#### Pour la communauté, animer



#### En conclusion,

Animer, c'est aider à prendre conscience et à être responsable.  
C'est aider les gens à s'organiser pour mieux agir.

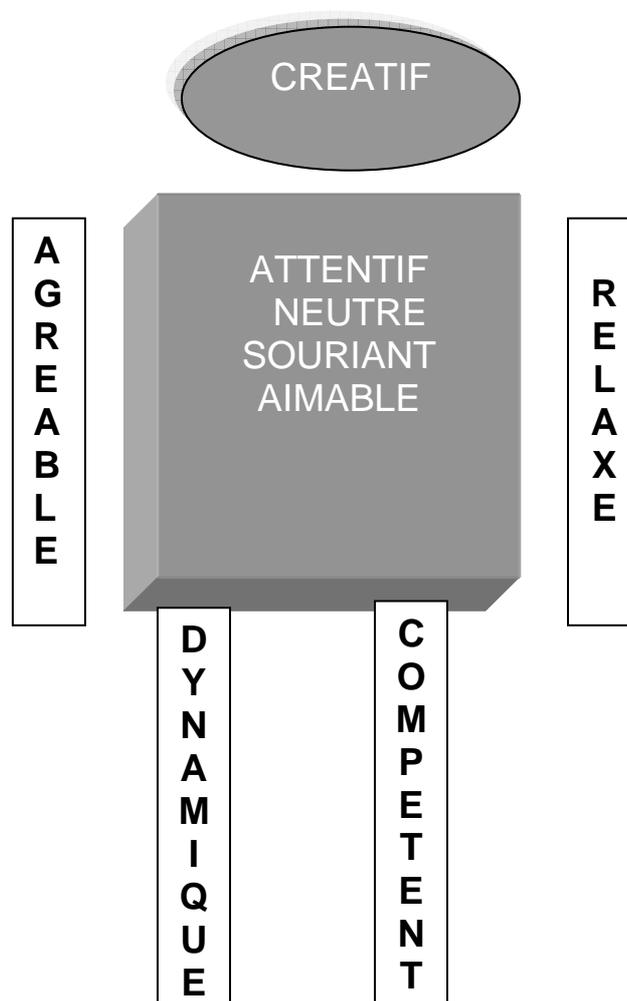
## 2. Qu'est ce qu'un animateur

Un animateur est une personne qui facilite le processus de la communication vers un auto-accomplissement dans un esprit de partage et de respect mutuel.

## 3. qu'est ce q'un agent de développement local

Un agent de développement local est un facilitateur de la communication entre les membres d'une communauté. Il développe un processus de communication participative autour de thèmes et des sujets portants sur des problèmes et des situations qui touchent de près la communauté.

### Aptitudes et comportements du bon animateur



## 4. Comment animer un Groupe?

### - Quelques bonnes pratiques

- Faire adhérer les participants
- Respecter le temps

- Ne pas monopoliser la parole
- Organiser les discussions
- Poser les bonnes questions
- Faire des synthèses
- Solliciter les silencieux
- Respecter et valoriser toutes les opinions
- Apaiser les tensions
- Veiller à une bonne ambiance
- Relancer les discussions
- Bien écouter
- Bien observer

- **Quelques Situations difficiles**

<b>Situations difficiles</b>	<b>Quelques suggestions</b>
<b>Bavard</b>	<p>Adressez vous aux autres participants et posez leur différentes questions :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- qu'est ce que vous en pensez ?</li> <li>- y a-t-il quelqu'un qui veut dire autre chose</li> </ul> <p>Vous pouvez lui dire gentiment qu'on voudrait entendre d'autres personnes</p>
<b>Agression verbale</b>	<p>Ne répondez jamais à la personne</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Montrez-vous ferme</li> <li>2. Marquez un petit silence en fixant votre regard vers lui</li> <li>3. Retournez votre regard vers les autres</li> <li>4. Revenez au sujet</li> </ol> <p><b>NE LAISSEZ PERSONNE INTERVENIR</b></p>
<b>Perturbateur</b>	<p>Marquer un temps de silence S'il continue, négligez le Essayez de relancer la discussion avec quelques choses de plus intéressants et plus attirants</p> <p><b>NE LUI DEMANDEZ PAS DE CESSER SA PERTURBATION</b></p>
<b>Clown</b>	<p>Rigolez avec lui la première fois Ne riez plus à ses manières Ne vous vous déconcentrez pas</p>
<b>Fait-tout / Sais-tout</b>	<p>S'il sait tout faire, valorisez ce savoir et demandez lui d'aider les autres après qu'il ait fini son travail ou sa discussion</p>
<b>L'isolé / marginalisé / silencieux</b>	<p>Demandez lui directement son avis Faites un tour de table où tout le monde est obligé de parler</p>
<b>L'intrus</b>	<p>Souhaitez lui la bienvenue Demandez lui la cause de sa présence</p>

	<b>Expliquez lui ce que vous faites Dites lui gentiment qu'il pourra rester pour écouter s'il le souhaite mais qu'il s'abstienne d'intervenir</b>
<b>Le tabou</b>	<b>N'interrompez pas la discussion Ne montrez pas que vous êtes surpris Cherchez le lien entre la discussion et la séance et retournez au sujet</b>



A prendre en considération :

1. Le moral du groupe :

- Image du groupe dans l'avenir : comment le groupe se perçoit dans l'avenir ; restera-t-il ensemble ou cherchera-t-il à se dessouder ?
- Influence extérieure : Quels sont les facteurs qui influencent les décisions de ce groupe ; y a-t-il des personnes ou des groupes qui pourront influencer ces idées
- Passé du groupe : Y a-t-il des conflits ; y a-t-il des jugements dans le passé qui puissent influencer la participation du groupe ?

2. La maturité du groupe : C'est le niveau ou tout animateur souhaite arriver avec le groupe. C'est le degré où tous les participants sentiront, chacun à sa manière, qu'ils sont :

- En Sécurité
- En Confiance
- En réelle Participation
- Capable de s'auto-structurer
- Capable de s'auto-gérer

**1. Préparer une bonne ouverture :**

- Valoriser la présence
- Donner le temps à la présentation des participants
- Présenter la plate-forme selon les éléments clefs du sujet qui vont susciter la discussion
- Poser les questions précises selon le schéma préparé pour lancer le débat

Questions à poser	Paramètres à observer
<ul style="list-style-type: none"><li>• Pourquoi sommes-nous ici ?</li><li>• Qui est l'animateur ?</li><li>• Qui sont les autres ?</li><li>• Quelles sont nos attentes ?</li><li>• Quel va être le déroulement prévu (résultats attendus, horaire, méthode, ambiance, rôles...) ?</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Les participants se connaissent-ils ?</li><li>• Cette rencontre fait-elle suite à un autre travail ?</li><li>• Cette rencontre est-elle le début d'un processus ?</li><li>• Y a-t-il des sous groupes (des clans) à prendre en considération</li></ul>

### Bonnes pratiques de démarrage

- ❖ L'animateur est debout au centre, observe tous les participants.
- ❖ Attend le silence. (ne le demande jamais)
- ❖ Sourit.
- ❖ Souhaite la bienvenue.
- ❖ Annonce le thème, l'objectif, la méthode de travail, le durée...
- ❖ Précise les questions d'organisation.

**DONNE TRES VITE LA PAROLE AU GROUPE.**

### 2. Rapporter les idées ressorties de manière qu'elles soient visibles

- Choisir le rapporteur
- Mettre le support du rapport à une place visible pour tous

### 3. Mener le débat vers l'objectif visé

- Susciter l'intérêt à travers des clarifications et des questions d'animation
- Restituer ensuite la discussion de chaque partie
- Relier la restitution à la partie suivante

### 4. Clôturer le débat

- La restitution globale
- La conclusion principale
- Remerciements

## 5. Quelques techniques d'animation

### - réunion de discussion

La réunion de discussion, appelée aussi, atelier est un groupe restreint de 4 à 8 personnes à qui l'on donne des outils et de la matière tout en leur demandant, de fabriquer comme dans un atelier quelque chose.

Elle sert à confronter les idées et à sortir avec des résultats.

L'essentiel dans cette pratique c'est qu'il ne faut pas attendre des résultats que l'on connaît à l'avance.

Cette technique permet de faire participer tout le monde même le timide

### - Brainstorming

C'est une technique qui consiste à poser une question et à recueillir toutes les informations et les idées y afférent sans demander la raison ou l'explication.

Cette technique suscite la réflexion et permet la participation de tous dans la discussion.

Elle sert à identifier les mots et les termes liés à des définitions de manière très brève et rapide

### - La visualisation

Qu'est ce que la visualisation ?	Objectifs	Quelques bonnes pratiques
La visualisation est l'utilisation de support et de matériels tels que, le tableau, les grandes feuilles, les colle-notes...	<ul style="list-style-type: none"><li>- Attirer l'attention et la concentration sur les principaux éléments</li><li>- Stimuler la discussion</li><li>- Retenir les éléments importants</li><li>- Faciliter la structuration et l'analyse</li><li>- Faciliter le rapportage</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Une seule idée à la fois</li><li>- Utilisez les mots des participants</li><li>- Ecrire lisiblement</li><li>- Style télégraphique</li><li>- Se servir intelligemment de différentes couleurs</li><li>- Se servir de signes explicites</li><li>- Se servir des petites cartes</li><li>- Maintenir les supports dans une place visible par tous</li></ul>



## 6. Les différentes questions d'animation

Le but d'une formation est de transmettre un message et de convaincre l'auditeur de s'approprier le contenu dudit message. Il y parvient grâce à une série de questions. Mais il faut savoir formuler les questions. S'il est juste de donner au questionnement une certaine forme de banalité, il est vrai qu'il n'est pas si courant de l'exercer correctement. L'objectif est de se faire mieux comprendre et de mieux comprendre les autres, car très souvent les questions sont sources de confusions.

### - Les questions secrètes

En effet, la plupart du temps, lorsque l'on pose une question, le véritable motif de cette question n'est pas exprimé. Généralement, nous posons tous des questions «secrètes», et les réponses sont souvent données sans avoir pris la peine de vérifier certaines informations. Parfois lorsque vous posez une question, la personne vous demande « pourquoi » ?

Or cette simple expression cache deux notions :

- le pourquoi (les causes) ;
- le pour quoi (le but).

Si l'on ne prend pas la peine d'identifier ces deux éléments, la réponse risque fort de ne pas être adaptée comme l'illustre l'exemple ci-dessous.

### - Les questions concrètes

Il convient donc de transformer les questions secrètes en questions **concrètes**. Une question concrète est une question qui contient toutes les informations nécessaires pour y répondre, ce qui réduit au maximum les risques d'erreur. Voici les éléments qu'il faut systématiquement exprimer (ou rechercher) dans une question avant de pouvoir y répondre :

**Indiquer les causes, l'origine ; ensuite, poser la question en précisant la finalité et le but.**



**La question “secrète”  
génère souvent une réponse  
inadaptée**

- **La question alternative**

La question alternative quant à elle permet de susciter la prise de décision en offrant une alternative, un choix à l'auditeur.

**Exemple** : Préférez-vous les jeux de rôle ou le brainstorming ? Utilisez-vous fréquemment le rétroprojecteur ou le tableau blanc ?

- **La question relais**

La question relais est celle que l'animateur reçoit d'un participant et la repose au groupe pour relancer la discussion

- **La question miroir**

La question miroir est celle que l'animateur reçoit d'un participant et la lui repose

**« Le savant, ce n'est pas l'homme qui  
fournit les vraies réponses, c'est celui  
qui pose les vraies questions »**

*Claude live Strauss*



- **La réaction en chaîne :**

Elle consiste pour le modérateur à faire clarifier les commentaires, dans la mesure qu'ils soient exprimés, entraînant ainsi de nouvelles idées.

- **L'avocat du diable**

Le modérateur peut également jouer le rôle de ***l'avocat du diable***, exprimant des points de vue extrêmes pour provoquer des réactions parmi les participants. Cela fait progresser la discussion et la rend plus vivante.

- **La fausse conclusion**

Celle-ci consiste à faire semblant de clore la discussion en énonçant des conclusions et en demandant aux participants de faire d'autres commentaires, entraînant la poursuite de la discussion.

## Quelques citations sur la communication

Balzac a dit :

« Une audience rassemblée dans un but spécifique ou pour célébrer un événement particulier, présente, par construction, un lien commun. Un bon orateur ne se contente pas de le savoir, il en tire parti. »

Bouvard a dit :

« Ce qui se conçoit bien s'énonce clairement et les mots pour le dire arrivent aisément. »

Clemenceau a dit :

« Il faut 5 minutes pour préparer un discours de 5 heures et 5 heures pour préparer un discours de 5 minutes. »

Cocteau a dit :

« Tout ce qui n'est pas retenu n'est pas dit. »

Pierre Dac a dit :

« Une image vaut mille mots. »

Gombrich a dit :

« Parler est un besoin, écouter est un art. »

Sacha Guitry a dit :

« La qualité de notre communication est déterminée non par la manière dont nous disons les choses, mais par la manière dont elles sont comprises. »

Dominique Wolton a dit :

« Il ne suffit pas que les messages et les informations circulent vite pour que les Hommes se comprennent mieux. Transmission et interaction ne sont pas synonymes de communication. »