

## Outil : Surmonter les obstacles à la communication



Que puis-je faire avec cet outil ?

Cet outil vous aide à surmonter les obstacles à la Communication. Il augmente votre perception de vos défis de Communication. Il vous montre les risques et les opportunités. L'outil vous donne des choix de solutions également. Quand vous signalez des problèmes de communication et identifiez les obstacles, il est plus facile de les surmonter. L'utilisation de cet outil vous amènera à identifier les symptômes, comprendre les causes et élaborer des solutions à vos défis de communication tout naturellement.

A qui est destiné cet outil ?

Il est conçu pour les professionnels qui aident à mettre en œuvre les accords internationaux sur la biodiversité, les changements climatiques et le développement durable.

Quelles connaissances faut-il avoir pour pouvoir utiliser cet outil ?

Pour utiliser efficacement cet outil, il faut comprendre les sujets Clés 1-5 du [cours sur la communication Stratégique](#) dans [Frogleaps.org](#).

Quand puis-je l'utiliser ?

Il n'est jamais trop tard pour analyser les défis de Communication mais nous vous conseillons de le faire comme première étape avant même de commencer votre projet de Communication. Le plus tôt serait le mieux! La communication ne commence jamais sur un terrain vierge. Vos publics ont été beaucoup sollicités par les autres ou par vous-même, parfois avec les mêmes messages ou des messages similaires aux vôtres. Il est important d'analyser les raisons pour lesquelles ces messages n'ont pas produit l'effet escompté et comment vous pouvez vous améliorer.

## Comment puis-je surmonter les obstacles à la communication ?

### Etape 1

**Sélectionner les méthodes de diagnostic** : comment allez-vous vérifier pour voir s'il y a des obstacles à la communication ?

### Etape 2

**Identifier les symptômes** : vérifier si votre message est entendu, compris et accepté. Vérifier ensuite si votre message entraîne un changement de comportements.

### Etape 3

**Diagnostiquer** : chercher à connaître les obstacles qui font échouer votre communication. Quand votre public cible entend, comprend et accepte votre message mais ne change pas de comportement, vous êtes confronté à un plus grand problème. Repartez au problème pour l'analyser, analyser les personnes et les parties prenantes pour comprendre où vous êtes et où vous voulez aller

### Etape 4

**Elaborer des solutions**: décider de la manière dont vous pouvez éliminer ces obstacles.

### Faites le bond de la grenouille !

Entrez en contact avec vos publics cibles & vos parties prenantes et surmonter les obstacles à la communication !

## Symptômes, méthodes de diagnostic, obstacles & solutions : explication

Quels sont les symptômes de l'existence d'obstacles à la communication dont les méthodes de diagnostic sont efficaces et quelles sont les solutions possibles? Pour comprendre facilement, lisez les sujets Clés 1-5 dans le [cours sur la communication Stratégique](#).

Quels sont les symptômes qui montrent qu'il y a un problème de communication ?

Symptômes d'un problème de communication :

- Le message n'est pas entendu
- Le message n'est pas compris
- Le message n'est pas accepté

Symptômes d'un problème plus grand :

- Le message est entendu, compris et accepté mais le comportement ne change pas, les actions souhaitées ne sont pas entreprises

Quelles sont les meilleures méthodes de diagnostic pour identifier les obstacles ?

Une communication face à face constitue une méthode très puissante. Il va sans dire que vous pouvez utiliser également les appels téléphoniques et les courriels mais il est préférable de :

- Poser des questions, écouter, établir une communication à deux sens
- Mener des causeries dans les cuisines & bar et dans les bureaux
- Organiser des groupes témoins
- Observer les comportements

Les obstacles qui causent des problèmes de communication

*Symptôme : le message n'est pas entendu*

- Les canaux sélectionnés ne sont pas adaptés au public cible
- Le public cible a d'autres problèmes plus importants
- L'auteur manque de crédibilité

*Symptôme : le message n'est pas compris*

- Manque de connaissances antérieures nécessaires pour comprendre de nouvelles connaissances
- Message trop compliqué
- Langage inapproprié

*Symptôme : le message n'est pas accepté*

- Connaissances différentes
- Attitudes différentes
- Croyances différentes
- Valeurs différentes
- L'auteur manque de crédibilité

Les obstacles qui causent des problèmes plus grands

Le message est entendu, compris et accepté mais les comportements ne changent pas ou les actions souhaitées ne sont pas entreprises à cause :

- De la pression sociale
- Des habitudes
- Du manque d'infrastructures
- Des coûts et des avantages du comportement actuel
- Des coûts et des avantages du comportement souhaité

Comment éliminer les obstacles et résoudre les problèmes de communication ?

- Sélectionner d'autres canaux
- Lier à d'autres problèmes ayant une place privilégiée dans les programmes
- Sélectionner d'autres auteurs
- Concevoir d'autres messages
- Utiliser un langage différent
- Comblent le déficit de connaissances antérieures.

Comment résoudre les problèmes plus grands ? Repartez à la [phase de Compréhension](#) de votre projet !

Qu'est-ce qui doit être changé dans la pression sociale, les habitudes, les infrastructures et les coûts et avantages du comportement afin de réussir ?

## Symptômes, méthodes de diagnostic, obstacles & solutions : explication

Etape 1 : Sélectionner les méthodes de diagnostic	Etape 2 : Identifier les symptômes	Etape 3 : Diagnostiquer les obstacles causant l'échec de la communication	Etape 4 : Elaborer des solutions pour surmonter les obstacles
<p>Poser des questions, écouter, communiquer dans les deux sens :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Avez-vous reçu mon email, lu le bulletin d'information, vu l'affiche, eu mon message ?</li> <li>- Quels sont les problèmes qui figurent en haut de votre liste ? Quelle place occupe votre problème ?</li> <li>- Que pensez-vous de l'auteur du message ?</li> <li>- Comment puis-je vous atteindre au mieux ?</li> </ul>	<p>Le message n'est pas entendu</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Les canaux choisis ne sont pas appropriés au public cible –Le public cible est préoccupé par d'autres problèmes –L'auteur manque de crédibilité</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Sélectionner d'autres canaux et /ou auteurs et renvoyer les messages</li> <li>- Lier à des problèmes plus importants</li> </ul>
<p>Poser des questions, écouter, communiquer dans les deux sens :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-Pouvez-vous dire le message dans vos propres mots ?</li> <li>-Pouvez-vous expliquer le message à d'autres personnes ?</li> <li>-Pouvez-vous me dire ce qu'on vous demande de faire ?</li> </ul>	<p>Le message n'est pas compris</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Manque de connaissances antérieures nécessaires pour comprendre les nouvelles connaissances</li> <li>- Message trop compliqué</li> <li>- Langage inapproprié</li> <li>- Manque de clarté dans le nouveau comportement souhaité</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Elaborer d'autres messages différents</li> <li>- Utiliser un langage différent</li> <li>- Inculquer les connaissances manquantes</li> <li>- Clarifier le changement de comportement demandé</li> </ul>
<p>Poser des questions, écouter, communiquer dans les deux sens:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Etes-vous d'accord ?</li> <li>- Pourquoi pas ? Explorez les attitudes, les croyances et les valeurs.</li> <li>- Que pensez-vous de l'auteur ?</li> </ul>	<p>On n'est pas d'accord avec le message (Message non accepté)</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Connaissances différentes</li> <li>- Attitude différente</li> <li>- Croyances différentes</li> <li>- Valeurs différentes</li> <li>- L'auteur (envoyeur) manque de crédibilité</li> </ul>	<p>Elaborer des messages différents liés aux attitudes, croyances et valeurs actuelles</p> <p>Choisir des auteurs différents</p>
<p>Diagnostic : observation combinée avec des questions et l'écoute.</p>	<p>Message entendu, compris et accepté mais le comportement ne change pas</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Pression sociale</li> <li>- Habitudes</li> <li>- Infrastructures</li> <li>- Coûts et avantages du comportement actuel</li> <li>- Coûts et avantages du comportement souhaité</li> </ul>	<p>Répartir à la compréhension: Analyser de nouveau le problème, les personnes et les parties prenantes.</p> <p>Qu'est-ce qui doit être changé dans la pression sociale, les habitudes, les infrastructures et les coûts et avantages du comportement pour assurer le succès?</p>
<p>Suivre le comportement, observer, poser des questions</p>	<p>Le comportement n'est pas pérennisé</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Le public cible oublie de répéter le comportement</li> <li>- Changement dans les déterminants du comportement</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Donner un feedback positif</li> <li>- Faire des rappels</li> <li>- Chercher des mesures incitatives</li> </ul>

## Exemple : Notre étude de cas, Simona

Etape 1 : Sélectionner des méthodes de diagnostic <i>Comment Simona a-t-elle identifié les obstacles ?</i>	Etape 2 : Identifier les symptômes <i>Quels symptômes a-t-elle trouvé ?</i>	Etape 3 : Diagnostiquer <i>Quels sont les obstacles qui ont causé l'échec de la communication ?</i>	Etape 4 : Develop solutions to jump over barriers <i>Comment Simona a-t-elle fait face aux nouvelles informations ?</i>
<p>En observant et en posant des questions.</p> <p>Simona s'est souvenue de sa mère qui disait toujours : "vous avez une bouche pour poser des <i>questions!</i>"</p> <p>Simona a échangé avec ses publics cibles dans les cuisines, au bar, au parc et dans des groupes témoins.</p> <p>Elle n'a pas envoyé ses messages comme d'habitude mais a écouté et observé attentivement.</p>	<p>Simona a trouvé que ses publics n'ont pas entendu son message, ne l'ont pas compris et n'étaient pas non plus d'accord avec elle.</p> <p>Le message original de Simona était: <i>'La biodiversité du parc de Boč est dégradée par le comportement des visiteurs. Tout le monde doit nous aider à mettre fin à tout comportement néfaste de tous les visiteurs tout au long de l'année'</i>.</p> <p>Simona a trouvé qu'une partie de son public n'avait pas entendu son message. En parlant avec les gens pendant des conférences, elle s'est rendue compte qu'ils étaient venus l'écouter pour des raisons sociales – pour rencontrer des gens de la communauté – et non pour l'écouter. Et les personnes qui ont entendu son message l'ont mal compris. Pire, les quelques personnes qui l'ont comprise n'étaient pas d'accord avec elle.</p>	<p>Imprimer des dépliants et donner chaque année des conférences dans la salle de la communauté locale sur l'importance de la conservation de la nature à Boč pour créer une prise de conscience et changer le comportement destructeur des gens, se sont avérés être une perte de temps. Cela n'a pas entraîné un changement de comportements du tout. Les canaux se sont avérés inappropriés, le langage trop scientifique, le message n'était pas clair et l'action souhaitée n'était pas soutenue par des comportements incitatifs communs ou par des infrastructures.</p>	<p>A travers les groupes témoins, Simona a trouvé que son principal message ne doit pas être focalisé sur le comportement de tous les visiteurs du parc pendant toute l'année, mais sur le comportement des visiteurs pendant la célébration du 1<sup>er</sup> mai qui menace une espèce protégée spéciale. Elle a commencé à explorer avec les principales parties prenantes les voies et moyens de mieux aborder l'évènement du 1<sup>er</sup> mai<sup>st</sup> et de communiquer cela. Elle a donc trouvé que de nouvelles infrastructures étaient nécessaires pour changer les comportements. Et Simona a trouvé que les meilleurs canaux de communication étaient ceux des parties prenantes. Non seulement les canaux mais aussi le nouveau message était complètement différent de l'original: <i>'Nous aimons tous nos prairies de la montagne de Boč , c'est pourquoi le 1<sup>er</sup> mai, toutes les routes de la montagne sont fermées, veuillez stationner votre voiture et utilisez notre service de bus gratuit pour aller à l'auberge du parc où vous pouvez boire, manger, camper en toute sécurité, faire des jeux et profiter de la nature et vous amuser!'</i></p>

## C'est votre tour maintenant : remplissez le canevas

Choisissez le ou les symptômes – que vous allez traiter et la méthode de diagnostic et analysez les obstacles que vous devez surmonter. Elaborez ensuite des solutions pour surmonter ces obstacles. Vous pouvez vous référer à notre étude de cas ci-dessus (Simona) pour vous en inspirer.

Etape 1 : Sélectionner les méthodes de diagnostic	Etape 2 : Identifier les symptômes	Etape 3 : Faire un diagnostic pour voir les obstacles qui causent l'échec de la communication ?	Etape 4 : Elaborer des solutions pour surmonter les obstacles
	Le message n'est pas entendu		
	Le message n'est pas compris		
	Le message n'est pas accepté		
	Le message est entendu, compris et accepté mais le comportement n'a pas changé		
	Le comportement n'est pas pérennisé		