



Communiquer par l'écrit

— ◆ —◆—
sur le Reiki

Evian – 11^{ème} congrès Reiki, 7 mai 2016

Aliette Armel

L'objet de cette présentation - 1



Le mot « communication » désigne les interactions entre humains et... non humains, qui engagent l'ensemble de leur être et font appel à toutes sortes de langages. Depuis le début de ce Congrès, vous en avez eu de multiples exemples.

Vivre en société, c'est communiquer. Agir dans la société, c'est communiquer.

Il sera question ici de « communication » au sens général du terme : outils, techniques et règles pour faire passer un message, une information, une présentation de soi et de sa pratique à un public.

Les supports envisagés seront ceux qui comportent un écrit (brochures, flyers, cartons d'invitation, sites et messages Internet).

La communication est ici appliquée à un objet précis : le reiki et sa pratique.

L'objet de cette présentation - 2



En revanche, il ne sera pas question ici de stratégie de masse, visant à influencer, voire à manipuler le plus grand nombre possible d'individus, en utilisant les découvertes récentes sur le fonctionnement du cerveau, afin d'induire des comportements d'achat, de vote, ou bien pire...

La communication peut être la pire ou la meilleure des choses.

Elle répond à des règles, qu'il importe d'appliquer sans oublier l'éthique : « Juste pour aujourd'hui, je vis ma vie honnêtement ».

Rappels :

- ✦ Toute communication comporte un émetteur (celui qui communique) et un récepteur (celui qui reçoit) : la prise en compte du récepteur est indispensable pour être entendu, compris et donc pour atteindre son objectif.
- ✦ La communication écrite est le plus souvent lue par ceux auxquels elle est destinée sans possibilité d'avoir des réponses immédiates à leurs questions éventuelles. Les malentendus, les fausses interprétations peuvent donc s'installer !

Un préalable indispensable : se poser les bonnes questions



- ✦ Quel est **le déclencheur** de votre désir/besoin de communication ? Un événement (communication ponctuelle) ? La présentation de vos activités (communication au long cours) ?
- ✦ Quel est **l'objectif** de votre communication ? Attirer du public, des clients ? Vous faire connaître (activités, publications) ? Faire connaître un sujet ? S'il y a plusieurs objectifs il faut les hiérarchiser.
- ✦ Quelle est **la cible** de votre communication ? Des personnes ayant déjà un intérêt pour votre sujet ? Des pairs ? Des personnes ne connaissant rien à votre sujet mais en quête de solutions que votre pratique peut leur apporter ? Un public a priori hostile ? Un public plutôt jeune ? Actif ou non actif ? Plutôt féminin ? Avec des moyens financiers ? Avec des diplômes ?

Se poser les bonnes questions



- ✦ Quel est le **secteur géographique** visé ? Local ? Régional ? National ? International ?
- ✦ Sur **quels supports** allez-vous communiquer ? Papier ? Internet ? Radio ? Documents que vous pourrez (ou non) commenter ?
- ✦ Quelles sont les **spécificités de la communication sur votre sujet** ? Est-il un objet de controverses ? Comporte-t-il des risques sur le plan de l'interprétation ? Suppose-t-il d'observer des règles précises ?

Les critères d'une bonne communication écrite



✦ Une bonne communication écrite est

✦ courte

✦ claire

✦ juste et positive

✦ adaptée à son sujet et à son public

❖ documentée

❖ structurée

❖ argumentée

❖ vivante

Critères de forme



- ✦ **Courte** : un message est d'autant plus fort qu'il est percutant; évitez les phrases longues emboitant les relatives et les circonstancielles ; les habitudes ont changé : un texte rarement lu en entier ; les textes supposant de longs développements sont donc à traiter à part.
- ✦ **Claire** : évitez tout terme réservé à un public d'initiés (sauf lorsque vous vous adressez à ce public) ; préférez ne pas dire plutôt que d'être obscur.
- ✦ **Juste et positive** : la justesse est en rapport avec la vérité, mais aussi avec la résonance, au sens musical du terme ; quant à la forme positive des phrases, elle est en concordance avec l'état d'esprit du reiki...
- ✦ **Adaptée à son sujet et à son public** : l'adaptation au sujet est essentielle pour éviter les malentendus; l'adaptation au public permet d'être entendu et compris.

Critères de fond



- ✦ **Documentée** : il importe de bien connaître ce sur quoi on communique (les agences de communication travaillent à partir de « briefings », de dossiers, de cahiers des charges); il est par ailleurs souhaitable de proposer au public des outils pour « aller plus loin ».
- ✦ **Structurée** : même un simple flyer doit être organisé pour mettre en avant l'essentiel ; dans des documents plus longs il faut s'attacher à créer une progression, à hiérarchiser...
- ✦ **Argumentée** : ce qui est évident pour vous ne l'est pas forcément pour votre public ; pensez à répondre par avance aux éventuelles questions.
- ✦ **Vivante** : les exemples racontés comme des récits sont un moyen irremplaçable pour faire passer des messages.

Les écueils à éviter



- ✦ Il faut toujours respecter **les droits d'auteur**, des textes tout autant que des images.
- ✦ Le reiki n'est ni une thérapie, ni une secte. Toute communication peut néanmoins être lue par des personnes hostiles et faire l'objet d'attaques, y compris juridiques, s'appuyant sur la législation concernant la pratique illégale de la médecine ou les pratiques sectaires.
- ✦ Il importe donc d'**éviter certains mots** comme « thérapie » (et tous ceux en suffixe « thérapie »), « patient », « diagnostic », « guérir », « prescription », « prise en charge », « remède », « soin », « traitement »... Au contraire rappeler que le reiki ne se substitue à aucun traitement médical et que le praticien reiki encourage toujours ses clients à consulter son médecin est une très bonne chose.
- ✦ Tout **argument « scientifique »** est déconseillé : la preuve scientifique comporte des spécificités en matière de méthode (reproductibilité de l'expérience, modélisation, explication reposant sur des catégories logiques) inapplicables aux résultats obtenus par le reiki. Affirmer que ces effets sont « scientifiquement prouvés » peut se révéler contreproductif. En revanche, énoncer que certains hôpitaux s'ouvrent aux praticiens reiki est très efficace.

La portée du mot juste



"Une autre vertu du langage est qu'il nous donne le pouvoir de dire - non pas de dire quelque chose à quelqu'un pour l'informer, mais dire au sens fort : de dire la chose. Il nous donne le pouvoir de dire ce qui n'a pas été dit, demandait à être dit et, dit, crée une situation nouvelle. (...) Dire a toujours, sur le moment, le caractère de la nouveauté, pour moi-même et pour autrui. Ce dire constitue un moment de vérité parce qu'il est un acte de toute la personne (...) Le pouvoir de dire est indispensable à l'être humain."...

Jean-François Billeter, *Esquisses* (Allia, 2016)