

Comment communiquer à l'intérieur de l'association?

La vie de l'association est faite de situations de communication entre les membres eux-mêmes, entre les membres et les partenaires. La position de chacun-e dans l'association, ainsi bénévole, salarié-e, administrateur-trice, usager ou volontaire... rapproche ou éloigne de telle ou telle situation d'échange, suivant l'organisation propre à l'association. Voici deux cas communs pratiquement à toutes les associations :

L'adhésion

C'est une première rencontre où se passe le contrat entre le membre et l'association. L'un et l'autre se présentent. Là se définit ce que chacun apporte, avec d'un côté une participation, un engagement, un apport de connaissances, et de l'autre des activités, un projet, un cadre institué (les statuts), un local. L'association a tout à gagner en prenant le temps d'accueillir les nouveaux adhérents.

L'assemblée générale

Ses membres évaluent ensemble les actions de l'association et décident des orientations futures. Le pari est de faire de cette assemblée une occasion où chaque membre se sent à l'aise pour prendre position et s'exprimer : l'ordre du jour communiqué à l'avance est clair et explicite ; les rapports soumis à débat sont lisibles et compréhensibles ; une information régulière sur la vie de l'association est diffusée de façon à ce que les membres n'aient pas à réagir immédiatement sur ce qu'ils découvrent juste à ce moment-là. En quelque sorte, l'association passe un test de démocratie à chaque assemblée générale.

Dans ces deux situations, il y a production et échange d'informations pour entreprendre une activité ou des actions ; la communication ne peut pas s'y faire à sens unique sans prendre le risque de dénaturer l'association. C'est là une des caractéristiques dans l'association : toute communication y est un échange, et non une simple transmission.

Pour passer d'une communication obligée par respect d'un règlement à une communication voulue pour conduire ensemble des actions, cela mérite de faire l'objet d'une stratégie propre à l'association. Cette stratégie organise la communication interne (entre adhérents, salariés, stagiaires...) et externe (avec les partenaires, les publics, la presse...).

Échange réciproque et organisation délibérée sont deux caractéristiques essentielles de la communication propre à l'association.