



Wavemaker Session - 08/12/2023 - Communication & climat Et si nous sous-estimions le pouvoir des mots ?

Les 6 règles d'or du Framing

N°1 - Toute pensée implique un 'framing'

Toutes nos connaissances font appel à des 'frames', et chaque mot est défini par les frames qu'il active dans les neurones. Toute pensée et toute conversation implique un 'framing'.

Un seul mot active généralement non seulement le frame qui le définit, mais aussi une grande partie du système dans lequel se trouve ce frame. On ne peut donc éviter le framing.

N°2 - Nier un frame c'est l'activer

En niant un frame, nous l'activons dans le cerveau de notre interlocuteur. En l'activant, nous le renforçons. N'acceptez jamais les cadres qui ne correspondent pas à vos valeurs : ne les niez pas, ne les répétez pas, ne structurez pas vos arguments pour les contrer.

N°3 - Oser le framing

Les faits et les chiffres sont nécessaires. Ils ne sont pas suffisants pour convaincre. Sachant que le framing est inévitable, utiliser les frames en phase avec notre vision du monde est nécessaire pour partager au mieux nos idées.

N°4 - Penser et parler en termes de valeurs

Parlez au niveau des valeurs et formulez les problèmes en termes de valeurs morales. Ce sont ces valeurs qui donnent du sens aux événements. Selon Lakoff, les valeurs au cœur du système moral progressiste sont l'empathie, la responsabilité (personnelle et sociale) et l'éthique de l'excellence (rendre le monde meilleur, en commençant par soi-même).

N°5 - Créer de nouveaux frames

La protection de la vie sur Terre est intimement liée à d'autres domaines : économie, énergie, alimentation, santé, commerce et sécurité. Dans ces domaines qui se chevauchent, nous manquons de frames permettant de saisir la réalité de la situation.

Les mots ne peuvent activer des frames qui n'existent pas. Il convient donc de les créer et de les répéter suffisamment longtemps pour qu'ils existent et remplacent les frames concurrents.

N°6 - Expliquer les enjeux simplement

Racontez des histoires qui illustrent vos valeurs et suscitent des émotions.

Ne vous contentez pas de donner des chiffres et des faits matériels sans les « encadrer » pour que leur signification globale puisse être comprise. Évitez le jargon technique ; utilisez des mots simples et concrets que les gens peuvent comprendre. Le message est important. Les éléments visuels sont importants.



Pour plus d'infos sur [The Good Wave](#)

Pour plus d'infos sur le [storytelling & le framing](#) (ou 'cadrage')

Une initiative de la Fondation Roi Baudouin