

## E-Communication: 21 principes pour le 21<sup>ème</sup> siècle

*Au 21<sup>ème</sup> siècle, l'information circule en permanence.*

**Sa finalité est l'accroissement des performances individuelles et collectives.**

Pour y parvenir, il faut identifier les conditions de succès des opérations de communication, en adoptant progressivement les pratiques qui les sous-tendent.

Ces pratiques reposent sur 21 principes. Le but de ce document est de les définir sous une forme simple, puis de développer des exemples, des méthodes d'apprentissages pour tous, au gré des versions .

### **Pratiques de références**

Ces 21 principes sont issus de l'analyse des conditions de succès des communautés réalisant avec succès les programmes de société suivants :

- Démocratie participative (citoyenneté active),
- Développement de logiciels libres (GNU Project),
- Micro-crédit (banques solidaires, banques autogérées),
- Fusion/convergence et rationalisation/restructuration des multinationales,
- Réappropriation de l'espace public (Mouvement Sans Terre, Reclaim The Street...),
- Promotion de la durabilité de l'environnement au sens large du terme.

Ces 21 principes sont aussi décrits comme étant les "nouveaux paradigmes" par de grands philosophes, scientifiques et entrepreneurs sociaux contemporains, tels que :

- Gilles Deleuze, Pierre Levy, Spinoza...
- Ilya Prigogine, Lynn Margulis, Elizabeth Kübler-Ross...
- Gandi, Rudolf Steiner, Mikhael Gorbatchev...

### **Principes de création et d'animation d'une solution**

Les principes ci-dessous sont adoptés et appliqués au maximum dans la création et l'animation de toutes les Communautés Virtuelles (CoVi) soutenues par Yinternet.org. Ces principes s'appliquent pour tous les éléments d'une solution de communication électronique, au niveau groupe/serveur et au niveau individu/client. Par exemple aux niveaux suivants :

- Choix des logiciels en termes fonctionnel et code,
- Définition du mode de sélection des utilisateurs et animateurs,
- Choix du matériel informatique pour un utilisateur,
- Choix d'une politique rédactionnelle.

### **Des ingrédients pour une cuisine sur mesure**

A priori, ces principes peuvent paraître difficiles à conjuguer dans la même "solution de communication". Néanmoins il s'agit d'adopter cette culture progressivement, au même titre que l'humanité a réussi à adopter la culture de la mobilité (réseau des transports), de la communication passive distante (Radio-TV). Plus les enjeux sont forts (eau d'une région par exemple), plus il s'agit de "tendre vers un respect maximal" de ces principes. Or aujourd'hui, la Société de l'Information est au cœur de la gestion des grandes ressources : on cuisine des guerres grâce au contrôle de l'Information, on prépare des empires commerciaux en contrôlant les médias ...

## Les 21 principes d'E-Communication



1. **Adaptabilité**  
entre les divers produits aux fonctions correspondantes

2. **Anticipation**  
afin de mûrir chaque décision stratégique, prévenir plutôt que guérir

3. **Concentration**  
sur un cœur de métier et des projets prédéfinis, afin d'éviter le multiservice

4. **Diversité**  
des influences pour toute décision importante (dialogues intergénérationnels)



5. **Documentation**  
pour la reproduction des idées et des actions dans un esprit « libre »

6. **Equité de traitement**  
entre les groupes et les individus



7. **Finalisation**  
de toute opération entreprise

8. **Gestion des versions ("versioning")**  
à gérer pour toute documentation / solution

9. **Herméneutique**  
Pour faire le lien entre nos références/solutions, et apprendre chacun à notre rythme

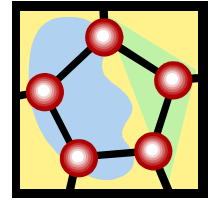
10. **Interopérabilité**  
entre les divers produits et entre les diverses communautés



11. **Légitimité**  
des décideurs, pour la gestion des ressources collectives

12. **Partage**  
des savoirs et compétences pour toute action-clé

13. **Participation décentralisée / Mutualisation**  
par la mise en réseau des contenus et outils



14. **Pérennité**  
des contenus et outils et/ou  
des données et des structures

15. **Proximité**  
dans l'accompagnement de toute action-clé

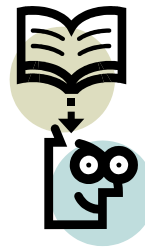


16. **Réactivité**  
des responsables de tout projet



17. **Respect**  
des engagements pris vis-à-vis d'un individu et d'un groupe

18. **Transparence**  
dans les méthodes et les actions entreprises



19. **Traçabilité/ Vérifiabilité**  
des actions des individus et des groupes



20. **Validation**  
de toute décision concernant un groupe



21. **Valorisation**  
de tous les échanges de biens et services