

Carmen DIOP

**L'ART DE LA
COMMUNICATION
SOCIALE**

*Pour quoi faire ?
Comment s'y prendre?*

Tome 1

Cet ebook a été publié sur www.bookelis.com

© Carmen Diop, 2018

Tous droits de reproduction, d'adaptation et de traduction, intégrale ou partielle réservés pour tous pays.

L'auteur est seul propriétaire des droits et responsable du contenu de cet ebook.

TABLE DES MATIÈRES

Introduction.....

4

Une collection d'auto-formation.....5

Un programme de travail personnalisé.....7

Comment se servir de cette collection pour une auto-formation?.....

10

Une méthode inspirée de la formation-
action..... 14

Une auto-formation construite autour de
votre expérience..... 17

Des mises en situation spécifiques à votre
contexte professionnel..... 18

Définir un objectif personnel et concret.. 19

Des travaux pratiques basés sur des cas
concrets..... 21

Analyser une campagne de communication
sociale..... 22

Organisation de la collection.....
25

Développer votre culture générale de la communication sociale.....25
Les problématiques de la communication sociale.....26

Communication et Psychologie.....
29

La psychologie sociale.....30
Diffusion et réception des messages.....33
Communication sociale et feed-back.....35
Connaître les populations-cible.....35
Définition de la communication sociale. 37
Les fonctions de la communication sociale38
Un modèle participatif.....39
Comment influencer les comportements ?40

Différentes formes de communication sociale.....
44

Une communication multiforme.....45
Une communication de projet.....48

Les points essentiels de la communication sociale.....

51

Une autre définition de la communication sociale.....54

Les objectifs d'une campagne de communication sociale.....54

Dans quel but réalise-t-on une campagne de communication sociale ?.....59

Information sociale et marketing social.....

62

Définition de l'information sociale.....62

Quelle différence entre Information sociale et Marketing social?.....63

Définition du marketing social.....64

Comment porter des idées auprès d'un public non acquis ?.....68

Quelques valeurs centrales en communication sociale.....

70

Des valeurs humanistes et citoyennes.....70

Un rôle libérateur.....73

**Comment faire de la communication
sociale ?.....**
76

- Comment « occuper le terrain » ?.....77
- Des moyens et des stratégies variables...79
- Une approche positive ou une démarche
négative ?.....86

Le médium : canal de communication.....
91

- Pour une communication plus ou moins
directe et participative.....91
- L'interprétariat communautaire.....92
- Les supports de communication des
entreprises.....95

**Comment est née la communication
sociale ?.....**
97

- Plusieurs précurseurs 97
- Une idéologie alternative 98

**Les voies et moyens de la communication
sociale.....**
101

- Un rôle d'information et d'éducation...101

Sensibilisation et conscientisation.....102

**La communication des institutions
publiques.....108**

Un outil d'intervention publique.....108

Communication totalitaire et ingénierie
sociale.....110

**Comment évaluer une campagne de
communication sociale ?.....113**

Mesurer l'impact d'une campagne de
communication sociale.....113

Mesurer l'efficacité d'une campagne de
communication sociale.....116

Conclusion.....119

À paraître.....123

**Tome 2 - Qu'est-ce que la communication
sociale ?.....124**

**Tome 3 - communication sociale et
institutions publiques.....
126**

**Tome 4 - Exemple de méthodologie
d'intervention en communication sociale
pour le développement.....
129**

**Tome 5 - Les phases d'une campagne de
communication sociale.....
131**

**Tome 6 - Pour une évaluation des
campagnes de communication sociale.....
133**

**Tome 7 - Méthodologie et outils.....
135**

**Tome 8 - La communication sociale en
Amérique latine.....
139**

Pistes Bibliographiques.....
141

Biographie de l'auteur.....
155

Crédits photos.....
157

INTRODUCTION

Je suis ravie de partager avec vous mes connaissances et mon expérience de ce domaine particulier de la communication, à travers ce premier volume de la collection L'ART DE LA COMMUNICATION SOCIALE. Pour quoi faire ? Comment s'y prendre? dont l'objectif est de vous permettre de vous spécialiser dans ce domaine aux **multiples facettes** : la communication sociale.

Chaque volume de cette collection constitue une véritable mine d'or de conseils, d'outils et de déclics pour comprendre cette discipline, concevoir et orienter des campagnes, développer son autonomie en matière de gestion et d'évaluation de projet. C'est une **opportunité UNIQUE** de pouvoir bénéficier d'autant d'informations pour **comprendre la pratique de la communication sociale et de vous former à votre rythme.**

J'ai souhaité partager avec vous mon expertise en matière de communication sociale, un outil qui ne se limite pas, loin de là, à la communication politique et au fait d'influencer l'opinion dans un contexte partisan, mais qui aide à **structurer l'espace public et à modifier les attitudes et les comportements.**

Je vous livre ici les principes de la communication sociale, comme processus **d'échange et de partage d'informations d'utilité publique, outil de maintien du lien social** indispensable aux institutions publiques et aux organisations qui mettent en œuvre des missions d'intérêt général (locales, nationales, régionales, politiques, syndicales, associations, ONG, agences de communication publique et institutionnelle, cabinets d'études,...).

Une collection d'auto-formation

Cette collection s'adresse à des **professionnels de terrain**, spécialisés ou non dans la communication, qui souhaitent

acquérir ou perfectionner des compétences dans le domaine de la communication sociale, dans le cadre d'une auto-formation guidée. Cette formation accessible et interactive est issue d'un enseignement en présentiel que j'ai dispensé à des étudiants en alternance de niveau L3 (Licence), dans une école parisienne de commerce et de management, pendant un semestre.

Certes, la formation en présentiel permet d'acquérir un savoir par la pratique et de rectifier immédiatement les erreurs. Elle est le lieu d'échanges constructifs et conviviaux entre les participants et avec le formateur, mais elle est très coûteuse en termes de tarif et de temps et nécessite de se trouver au même endroit que le formateur.

La méthode de formation que je propose à travers cette collection électronique a pour ambition de vous permettre **d'acquérir à la fois les bases et la pratique et de maintenir ou d'approfondir vos connaissances** en vous appuyant sur une série d'e-books dans le cadre d'une auto-formation.

Cette collection s'est fixé comme challenge d'impacter positivement vos activités de communication sociale, en vous apportant des réponses concrètes à vos questionnements, mais aussi en vous proposant une approche simple et conviviale de ce domaine.

Un programme de travail personnalisé

Elle vous aidera à **analyser les enjeux** de la communication sociale, à connaître les **différents médias** à l'échelle locale, communautaire et nationale, à mettre en place des **enquêtes**, à **réaliser des analyses** et à **évaluer les actions**, à animer des équipes et à **maîtriser l'environnement professionnel** dans le cadre d'un projet de communication sociale.

Afin d'honorer davantage votre engagement à vous perfectionner dans ce domaine dès maintenant, je vous invite à prendre très au sérieux les exercices qui vous sont proposés au fil des ouvrages. Cela,

même si, dans ce premier tome, ils peuvent paraître « trop simples » au premier abord. En fait, cette apparente simplicité contribue à vous permettre de vous approprier davantage les concepts et les méthodes sans difficulté.



Prévoyez du temps pour lire ce volume, faites de la place dans votre agenda dès maintenant.

Planifiez les moments que vous souhaitez consacrer concrètement à cette auto-formation.

Vous serez ainsi beaucoup plus engagé(e), en établissant un programme de travail personnalisé adapté à vos disponibilités, avec des moments précis consacrés à chaque séquence.

En respectant un tel planning, en suivant les étapes proposées dans la Collection L'ART DE LA COMMUNICATION SOCIALE. Pour quoi faire ? Comment s'y prendre?, vous pouvez tous réussir à devenir des experts autonomes de la communication sociale dans le cadre de vos activités de terrain !

COMMENT SE SERVIR DE CETTE COLLECTION POUR UNE AUTO- FORMATION?

Vous avez décidé de poser des actions pour **vous spécialiser** dans un domaine où travaillent encore beaucoup de personnes non formées à la communication. Ne croit-on pas que « tout le monde sait faire de la communication ? »

Dans le cadre de votre activité professionnelle, vous êtes passé(e) par toutes sortes de projets, études, scénarios, etc., intitulés « projet de communication » ou « plan de communication », sans avoir le sentiment de maîtriser les activités de communication que vous mettiez en œuvre.

En vous appuyant sur la Collection L'ART DE LA COMMUNICATION SOCIALE. Pour quoi faire ? Comment s'y prendre?, vous venez de franchir le premier pas dans la pratique véritable de la communication