

LE PETIT GUIDE

de mobilisation citoyenne pour créateurices
de contenu responsables et engagé-es.

PAR
BIOLOVIK

C'EST QUOI TON CASTING?



Dès que tu prends parole, le public se fait une perception de toi très rapidement. C'est ce qu'on appelle ton "casting".

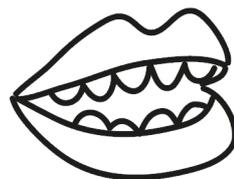
Tu peux jouer avec cette perception pour stimuler l'engagement ou parfois, te faire jouer un tour par ton casting et te buter à de la fermeture de la part du public.

Par exemple, une personne avec un casting très "grano", qui donne des conseils en environnement, ça te fait gagner des points auprès des publics jeunes et sensibilisés. Par contre, auprès du "grand public" et des réfractaires, ça joue dans le cliché et ça génère moins de sympathie, possible même que ça les braque.

le choix des MOTS

Tout ce qui touche à l'environnement génère des réactions vives et souvent polarisées. Si tu crées du contenu, tu es à risque de creuser le fossé communicationnel entre les sceptiques et les défenseurs du mouvement.

**LE MEILLEUR OUTIL POUR ENGAGER
OU DÉMOTIVER TON PUBLIC,
C'EST LE CHOIX DE TES MOTS.**



Bien au-delà du vecteur de communication utilisé, il a été démontré que l'aspect le plus susceptible de susciter de l'engagement sont tes mots eux-mêmes. Connais-tu les mots à éviter pour tendre vers une communication environnementale positive et engageante ?

le rôle du PUBLIC

**TON PUBLIC A DES INTENTIONS,
DES BESOINS ET DES LIMITES.**

+

Les connais-tu ?

Afin de les engager à ton message, il est nécessaire de travailler avec leurs paramètres et réalités.

Pour maximiser l'engagement, ton public ne doit pas être la cible de la faute que tu présentes, mais doit être concerné par ce que tu dis. La ligne entre les 2 concepts est cruciale mais difficile à cerner.

ÉTUDE DE CAS

cas 1



Jean-René Dufort

casting

Le casting de Jean-René et son contenu sont cohérents. Il est attendu qu'il soit engagé, porté aux débats et politiquement de gauche, tout comme son casting.

public

Jean-René a une connaissance accrue des limites de son public et ne les dépasse pour ainsi dire jamais. Il sait où la blague s'arrête et où la moquerie commence. Il répond avec brillo à leur besoin de s'informer ET de se divertir.

choix des mots

Les mots de Jean-René sont toujours assis dans un champ lexical positif ou désengagé. Même lorsqu'il traite de sujets politiques, il emploie des mots à faible connotation négative et ponctue ses textes avec beaucoup d'humour pour alléger.

Sylvain Larocque

cas 2



Le casting de Sylvain et la nature de son contenu sont complètement à l'opposé. Il joue avec ce contraste régulièrement pour amplifier l'effet de surprise.

casting

Sylvain sait qu'il parle à des publics variés vu la contradiction entre son casting et son contenu. Il est donc en bonne posture pour passer des messages aux publics réfractaires qui lui font naturellement confiance.

public

Les mots choisis par Sylvain sont souvent dans un champ lexical très authentique, d'acceptation et d'inclusivité. Il est généralement peu politisé et choisit des mots simples et accessibles à toute forme de public.

choix des mots