

# LA COMMUNICATION ET LA SOCIÉTÉ

# 1. L'évolution de la communication dans la société

- La communication est faite pour jouer le rôle de médiation et de créateur de lien. Par son pouvoir, la communication facilite les échanges et le partage sur des points de vue différents.
- Depuis la nuit des temps, divers outils ont été créés pour faciliter la communication, pour rester en contact avec autrui.
- L'homme a cependant mis au point des procédés de communication qui lui permettent de transmettre des informations à distance.

- Comme les signaux de fumée...



- La communication sonore...
- <https://youtu.be/k6iesNH-s0k?si=CrR32lLzGCzNXR7Q>

- La messagerie par pigeons voyageurs



- Et Louis XI qui a créé la poste...



- Optimiser l'accès aux messageries et à l'information...



- Puis on a inventé le télégraphe...



- Toujours en quête d'une communication plus efficace, plus rapide, plus directe, variée et pertinente, l'homme a inventé le téléphone...



- ... qui ne cesse d'être développé/optimisé pour offrir une meilleure performance communicationnelle.



**“Les moyens de communication,  
l'instantanéité, rendent les  
frontières classiques et  
nationales obsolètes.”**

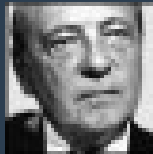


Max Gallo / Février 2009

- Entre radio, télévision, smartphone, impression numérique et courrier électronique, la communication quotidienne a nettement changé. En effet, en 1990, c'était l'ère des *beepers* et tout le monde en avait à sa disposition allant des médecins, des professionnels, des papas et des mamans. De ce concept sont nés le téléphone portable puis Internet, l'e-mail et la messagerie instantanée.
- À l'heure actuelle, communiquer devient si facile avec des outils tels que Facebook, MySpace, Twitter et SMS. Ce sont des outils qui fournissent des informations en temps réel et permettent de communiquer de manière directe.

- Actuellement, notre monde et notre société voient une véritable transformation à cause de l'évolution du digital accompagnée de l'accélération de la capacité à échanger et communiquer avec autrui. Alors que les nouvelles technologies se réservaient uniquement aux plateformes numériques, ils font partie désormais des éléments à privilégier pour avoir une bonne communication.

***“Il faudra beaucoup plus  
d’ordina-coeurs que  
d’ordinateurs dans la  
communication de demain.”***



Jacques Séguéla

- Certains utilisent la communication comme une poésie dans le but d'embellir le monde et de le ré-enchanter. Les publicités sont une forme de poésie qui offre un sentiment de divertissement et d'émerveillement. Avec des milliers d'images diffusées à la minute et des affichages présents dans notre quotidien, on peut refléter le vrai pouvoir de la communication.

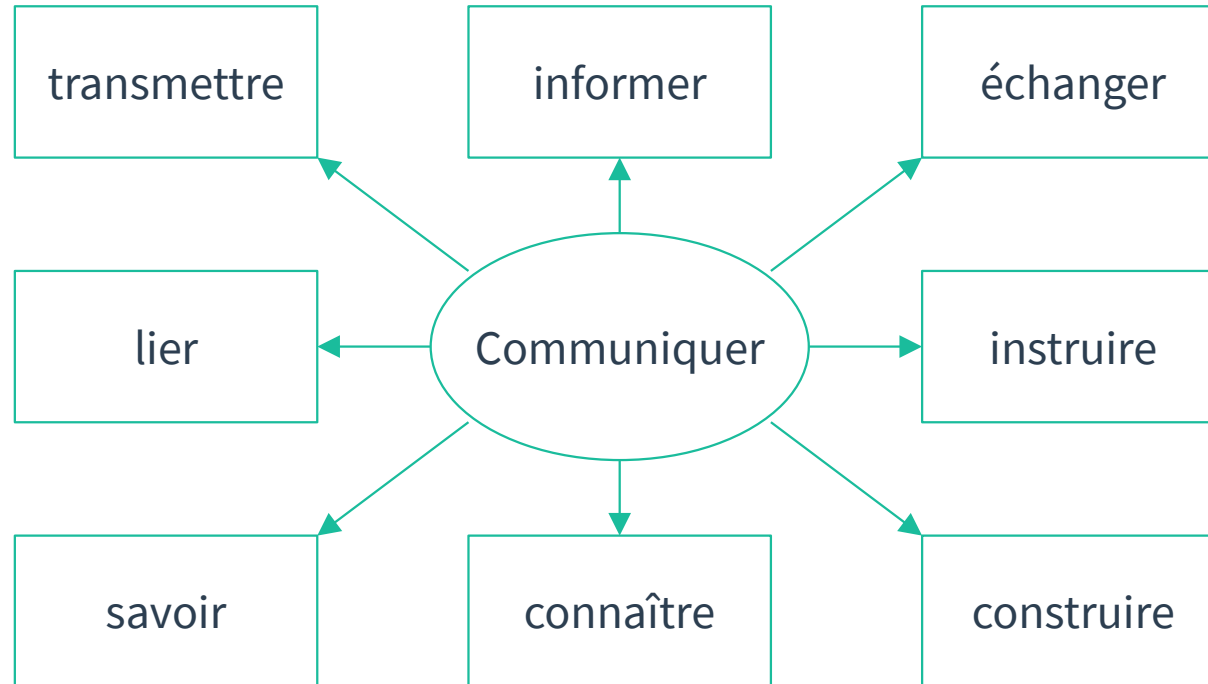
- Exemple :

<https://youtu.be/KaLISUzTs28?si=yd2whlHdsvOKVJ1M>



- La transformation digitale et numérique, qui ne cesse d'évoluer, offre désormais une nouvelle manière de communiquer.
- La communication orale est de plus en plus remplacée par la communication écrite par le biais des médias sociaux, des services de messagerie (mail, forum, messagerie instantanée) ou autre plateforme digitale.

## 2. Communiquer c'est...



- Transmettre :
  - faire passer une idée/ un sentiment à quelqu'un,
  - propager (des informations, des idées, etc.),
  - mettre en possession (des connaissances...).

- Informer :
  - renseigner quelqu'un au sujet de quelque chose,
  - porter à sa connaissance,
  - apprendre à propos de quelque chose,
  - mettre au courant
  - faire part
  - ...

- Échanger :
  - faire des échanges,
  - troquer des idées,
  - se donner réciproquement,
- ☞ Le fait de donner et recevoir en contrepartie, rend les gens plus interactifs.

- Instruire :
  - acquérir (la connaissance, l'expérience),
  - initier,
  - former l'esprit de quelqu'un,
  - augmenter le savoir de quelqu'un,



👉 rassembler toutes les données disponibles pour former une idée.

- **Construire :**
  - imaginer quelque chose,
  - réaliser quelque chose, en assembler ses différentes compositions,
  - élaborer un ensemble d'idées/ un système d'informations,
  - composer, décomposer et agencer,
  - bâtir un concept global.

- **Connaître :**
  - prendre conscience de quelque chose/de quelqu'un,
  - distinguer quelque chose/faire la différence entre les faits
  - se rendre compte de,
  - avoir les compétences requises pour juger/évaluer,
  - ressentir, admettre...

- **Savoir :**
  - être en mesure de posséder les connaissances désirées,
  - avoir le matériau nécessaire,
  - avoir la révélation nécessaire à propos d'un objet/sujet,
  - avoir la conscience/l'expérience,
  - posséder l'information/la connaissance,
  - avoir la compétence pour évaluer/juger...

- **Lier1 :**
  - maintenir un ensemble divers d'éléments,
  - unir des faits par un lien logique,
  - associer les données et les enchaîner,
  - attacher, fixer et assurer l'adhésion.

- **Lier2 :**

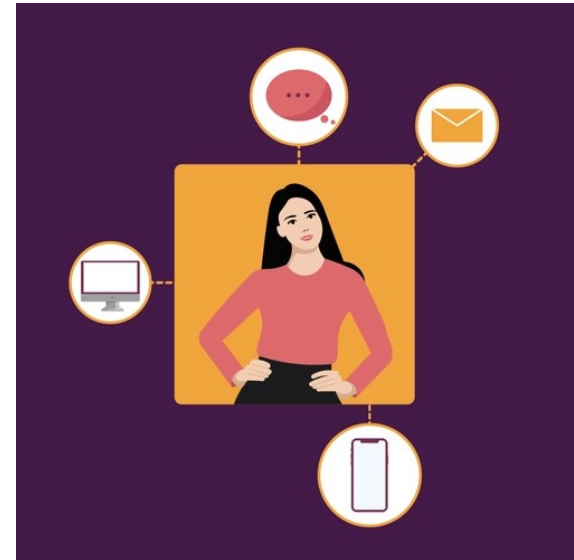
- unir/attacher ou désunir/détacher par des rapports d'intérêt,
- se mettre en interaction avec quelqu'un,
- entrer dans la zone souhaitée par le locuteur,
- commencer à avoir une relation avec une personne ou un groupe,
- contracter des rapports sociaux.

### 3. La communication est aussi un enjeu social

- Les constats relatifs à une communication quelconque ouvrent toujours des pistes de réflexions.
- On se demande sur :
  - l'authenticité de l'acte communicationnel,
  - ses aspects réaliste/irréaliste,
  - le degré de véridicité,
  - les messages explicites et/ou latents.

- Le flux des messages que nous recevons chaque jour a une influence considérable sur notre vie.
- Prenons par exemple :
  - les communications interpersonnelles et professionnelles,
  - La presse,
  - les publicités,
  - les discours politiques,
  - les médias et les réseaux sociaux...

- 1. Est-ce que toutes ces connaissances nous sont-elles bénéfiques ?
- 2. Comment gérons-nous toutes ces informations et ces connaissances ?
- 3. Comment la communication peut-elle jouer le rôle d'un médiateur entre individu et société ?
- 4. Comment la communication permet-elle de comprendre l'évolution de la société ?



- Ainsi, il faut noter que :
  - les pratiques diversifiées de la communication s'insèrent dans une perspective sociale à la fois idéologique et culturelle.
  - la communication permet de comprendre les mouvements au sein d'un groupe, d'une communauté, d'une société.
  - la communication a pourtant son propre mouvement dépendant des faits divers (intérieurs et extérieurs).

- Exemple :
  - les mots suivants s'emploient d'une manière différente d'une société à l'autre, selon le système de valeurs de chaque communauté :
- Libéralisme,
- Communisme,
- Capitalisme,
- Socialisme...

- Dans chaque société, les pratiques médiatiques de communication se développent d'une manière « phénoménale » et structurent des institutions et une logique qui leur est propre.

Entre la « société de masse » et la « communication de masse », s'entraîne la mise en place d'un monde moderne fondé sur le pouvoir de la communication.

- « Et si c'est ainsi la forme de civilisation préconisée à travers le développement des États-Unis du XXe. Siècle qui est apparue comme modèle paradigmatique de cette société de communication, c'est-à-dire le type de société censé incarner le mieux la réalisation de l'idéologie de la communication, idéologie de la communication ayant acquis à cet égard une dimension *impériale* où se profilent ses *formes d'organisations typiques* (Tunstall, 1977 ; Shiller, 1971) »

(Jean-François CÔTÉ, 1998)



**Tout groupe humain prend sa  
richesse dans la  
communication**



Françoise Dolto

## 4. Le rôle de la communication dans le développement de la société

- Le développement est tributaire de la communication. Le dialogue politique, sociale, économique, ainsi que le travail de sensibilisation et de persuasion en faveur des réformes sociales et institutionnelles ne s'effectuent qu'à l'aide des outils de communication. Un accès facile à l'information constitue également un des postulats centraux des objectifs de développement social.
- L'accès à l'information, qui permet notamment d'impliquer davantage la population dans le développement, est une tâche centrale de la communication.

- *La communication pour développement (C4D)*

Connue sous le sigle C4D correspondant à l'anglais « *Communication for Development* », est un outil d'influence sociale et politique. Elle favorise la participation et le changement social grâce aux méthodes et aux instruments de la communication interpersonnelle, aux médias communautaires et aux technologies modernes de l'information. La C4D ne constitue pas un complément à la gestion de projets mais bien une activité transversale dont le but est de renforcer le dialogue avec les bénéficiaires, les partenaires et les autorités afin de favoriser l'appropriation des programmes au niveau local et de produire un impact durable.

## COMMUNICATION POUR LE DÉVELOPPEMENT

- Faciliter l'accès à l'information
- Impliquer et participer
- Rendre plus fort (empower)
- Influencer sur les politiques publiques

**Influence sociale et politique**

- La C4D poursuit toujours un objectif de développement dans le but de participer au changement social.
- C'est ainsi que pour lutter contre les maladies, les institutions se chargent de sensibiliser les gens à travers différents outils de communication.



**« La communication ne doit pas reproduire le pouvoir mais constituer un instrument de transformation sociale : horizontal, participatif, populaire. »**



Paulo Freire

- La communication pour développement s'inscrit également dans le cadre culturel de la société et varie d'un contexte à l'autre.
- L'objectif de la communication reste toujours en rapport avec les différents phénomènes sociaux qui émergent de temps en temps.
- Chaque communication cherche à optimiser son impact pour influencer la société.

- Exemple :

[https://youtu.be/cbtNTto\\_hWI?si=f70lFngdL5nRTnA1](https://youtu.be/cbtNTto_hWI?si=f70lFngdL5nRTnA1)



- La communication pour développement a recours à des outils et à des canaux très variés. La forme ou le moyen de communication appropriée pour atteindre son objectif dépend du public ciblé ainsi que de l'environnement social et culturel qu'elle cible. Ainsi, la diffusion des méthodes d'adaptation au changement climatique requiert d'autres outils de communication qu'une campagne destinée à prévenir la violence chez les jeunes en milieu urbain.

- On distingue trois types d'outils :

1. la communication interpersonnelle,

2. la communication à travers les médias traditionnels ou électroniques (presse, radio, télévision, etc.)

3. le large éventail des supports multimédias et les nouveaux moyens de communication (Facebook, YouTube, pages web, SMS, etc.).

## Communication interpersonnelle

- Débat public
- Visite de pair à pair (par ex. un paysan s'adresse à un paysan)
- Foire
- Concours public
- Événement culturel
- Semaine thématique
- Création collective d'une fresque
- Théâtre de rue
- Exposition photo

## Médias imprimés et électroniques

- Supports écrits
- Affiches / banderoles
- Radios communautaires
- Télévision / vidéo

## Nouveaux médias/multimédia

- Page web
- Récit numérique
- Bulletin électronique
- Réseaux sociaux : Facebook, Twitter, Youtube
- SMS / Messages texte
- Courrier électronique
- Podcast/Rediffusion multimédia
- Blog
- Jeux pédagogiques sur Internet

- La stratégie de communication repose sur une analyse du contexte et doit répondre à cinq questions de base :
  1. Quels sont les changements auxquels nous voulons contribuer ? (objectifs)
  2. A qui nous adressons-nous ? (public ciblé)
  3. Avec quels messages ?
  4. Quels sont les canaux et les outils les plus efficaces ?
  5. Comment mesurons-nous le succès ?

**Public cible** : il faut définir le public cible auquel on souhaite s'adresser :

- 1• Quels sont les groupes ou les personnes déterminants pour impulser / freiner un changement social ?
- 2• Comment perçoivent-ils le problème/la situation ?
- 3• Quels sont les médias qu'ils écoutent, regardent ou lisent ?
- 4• Comment doivent-ils être impliqués ? Participation directe ou indirecte ? Quel niveau d'engagement (information, consultation, prise de décisions)

## 5. Les failles de la communication dans la société

- Il ne faut pas oublier que la communication peut être exploitée pour atteindre les résultats souhaités :
  - ▶ elle peut manipuler ou servir d'instrument de contrôle.
  - ▶ elle peut manipuler et transformer la culture, au gré des initiatives.

- Exemple : La propagation mondiale du coronavirus (Covid-19) s'accompagne d'une vague de désinformation qui nuit aux interventions publiques et exacerbe la méfiance et l'inquiétude des citoyens. Partout dans le monde, les pouvoirs publics se servent du levier de la communication publique pour lutter contre la désinformation et soutenir l'action publique.
- La désinformation nuit aux mesures prises par les pays pour lutter contre la pandémie mondiale en ayant pour effet d'ébranler la confiance, d'intensifier les craintes et d'entraîner parfois des comportements nuisibles.

- Une flambée de désinformation porte atteinte à l'action publique pour lutter contre la pandémie de Covid-19 et met en danger la santé du public. Quantité d'informations infondées, concernant notamment des traitements médicaux ou des techniques de prévention, inondent Internet et sont diffusées par des utilisateurs dont les craintes sont accentuées par l'énorme volume d'informations contradictoires qui circulent.

# Bibliographie

- **Transparence, communication et confiance: Le rôle de la communication publique pour combattre la vague de désinformation concernant le nouveau coronavirus.**  
<https://www.oecd.org/coronavirus/policy-responses/transparence-communication-et-confiance-le-role-de-la-communication-publique-pour-combattre-la-vague-de-desinformation-concernant-le-nouveau-coronavirus-1d566531/>
- **LE POUVOIR DE LA COMMUNICATION DANS LA MODERNITÉ**  
<https://www.agence-conseil-communication.fr/le-pouvoir-de-la-communication-dans-la-modernite/>
- Neveu Erik (2020), « Une société de communication ? », LGDJ, Paris
- CÔTÉ, J.-F. (1998). « La société de communication à la lumière de la sociologie de la culture : idéologie et transmission de sens. » *Sociologie et sociétés*, 30(1), 117–132. <https://doi.org/10.7202/001150ar>
- Thomas Jenatsch et Richard Bauer (2016), *La communication pour développement, Guide pratique*. Département fédérale des affaires étrangères DFAE. Direction du développement et de la coopération (DDC), Suisse.

## Exercice :

- Choisissez un thème de « communication pour développement » C4D (politique, sanitaire, culturel, etc.)
- Choisissez au moins 4 supports différents traitant ce sujet.
- Détaillez et comparez les outils et les techniques de communication utilisés dans ces supports.
- Faites une étude analytique qui mettra en relief toutes les composantes et les stratégies de communication.