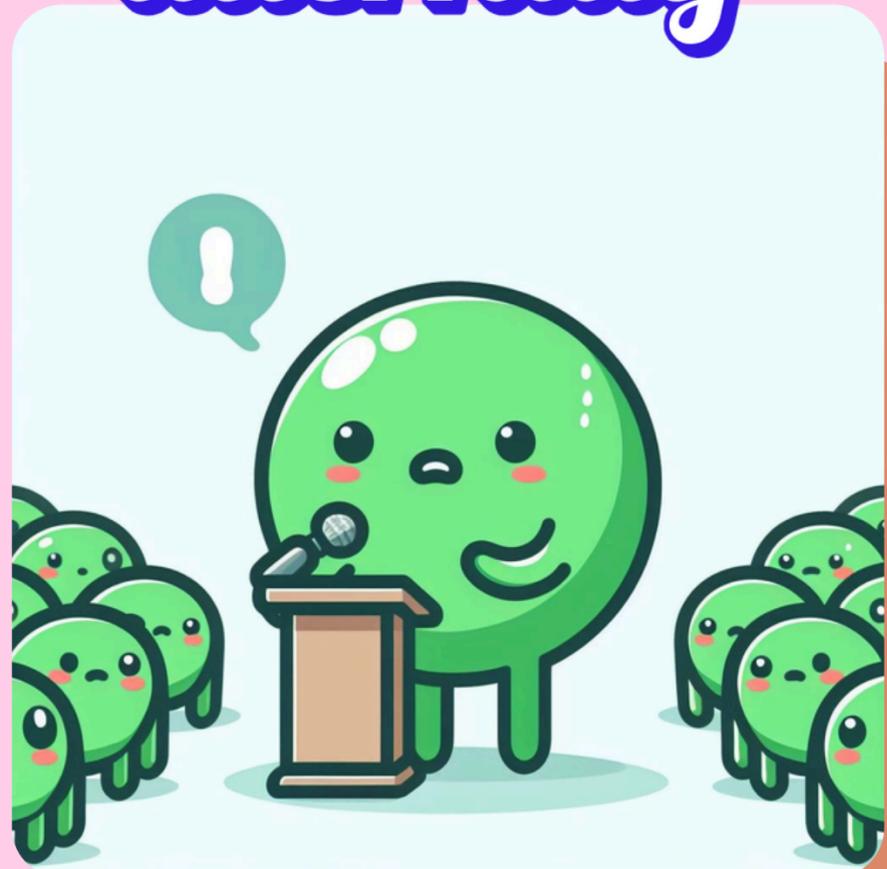


**FORMATION
COMM. ET HUMOUR**

* MES ENGAGEMENTS

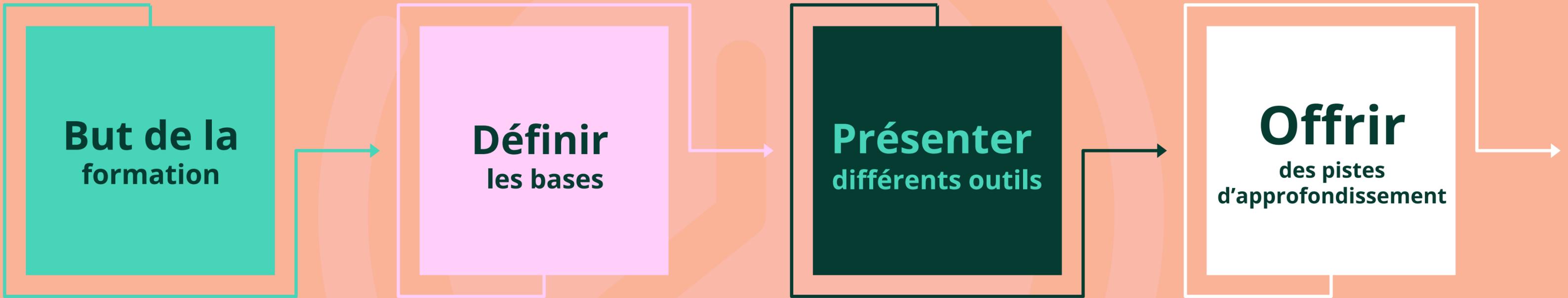
*Narratif
alternatif*



*Méthodes
d'engagement*

*Cadrer l'utilisation
de l'humour*





AMUSE-BOUCHE

Biолоvik

BIOLOVIK

aussi connue sous **Vikie Pedneault**



Mon parcours

Théâtre et improvisation

Biologie – Université Laval

Vulgarisatrice

Entrepreneure



la **Baleine** nomade

Créatrice en contenu en tous genres

Partenaires actuels et antérieurs



Environnement
et Lutte contre
les changements
climatiques

Québec



UNIVERSITÉ
LAVAL

UDS

Université de
Sherbrooke



Fondation
Monique-
Fitz-Back



Télé-Québec

un • cinq

LE MÉDIA DE L'ACTION CLIMATIQUE AU QUÉBEC

Tupperware®

e-zone.ca
La zone électrique

Multi-Prêts
HYPOTHÈQUES
CABINET EN COURTAGE
HYPOTHÉCAIRE



RÉSEAU
TECHNOSCIENCE
Ensemble pour la relève scientifique



CENTRE
DES
SCIENCES
MONTREAL

IN
RS

Institut national
de la recherche
scientifique

spheremedia

URBANIA

Neurosciences Sherbrooke
Les neurosciences pour tous!

Ville de
Saguenay

rnr

MRC du
Fjord-du-Saguenay



LES JOURNÉES DE LA
PERSÉVÉRANCE
SCOLAIRE

JOURNÉES QUÉBÉCOISES
de la SOLIDARITÉ INTERNATIONALE

Centre
de services scolaire
des Navigateurs
Québec



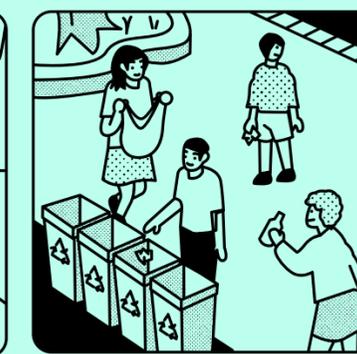
**ES-TU À
L'AISE AVEC
L'INCONFORT?**

Moteurs d'action

- 1 Prendre conscience
- 2 Comprendre
- 3 Pression de société (peer pressure)
- 4 Facilité d'accès / quotidien
- 5 Sentiment d'efficacité personnelle
- 6 Incitatifs financiers



Émotions
négatives



★ RÔLE DE L'ESPOIR

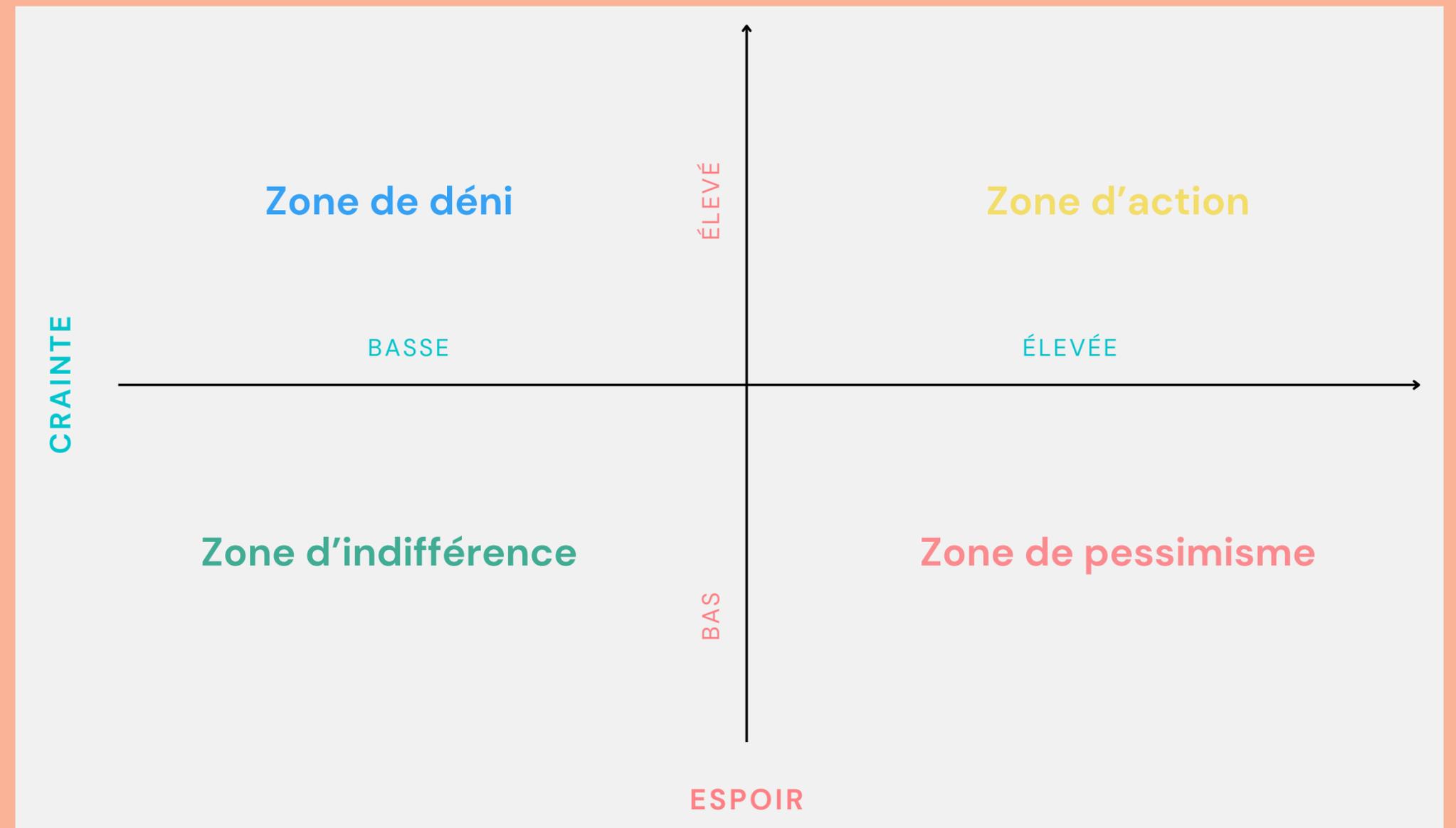
Grand public

Les 3 composantes pour bâtir l'espoir en comm. environnementale :

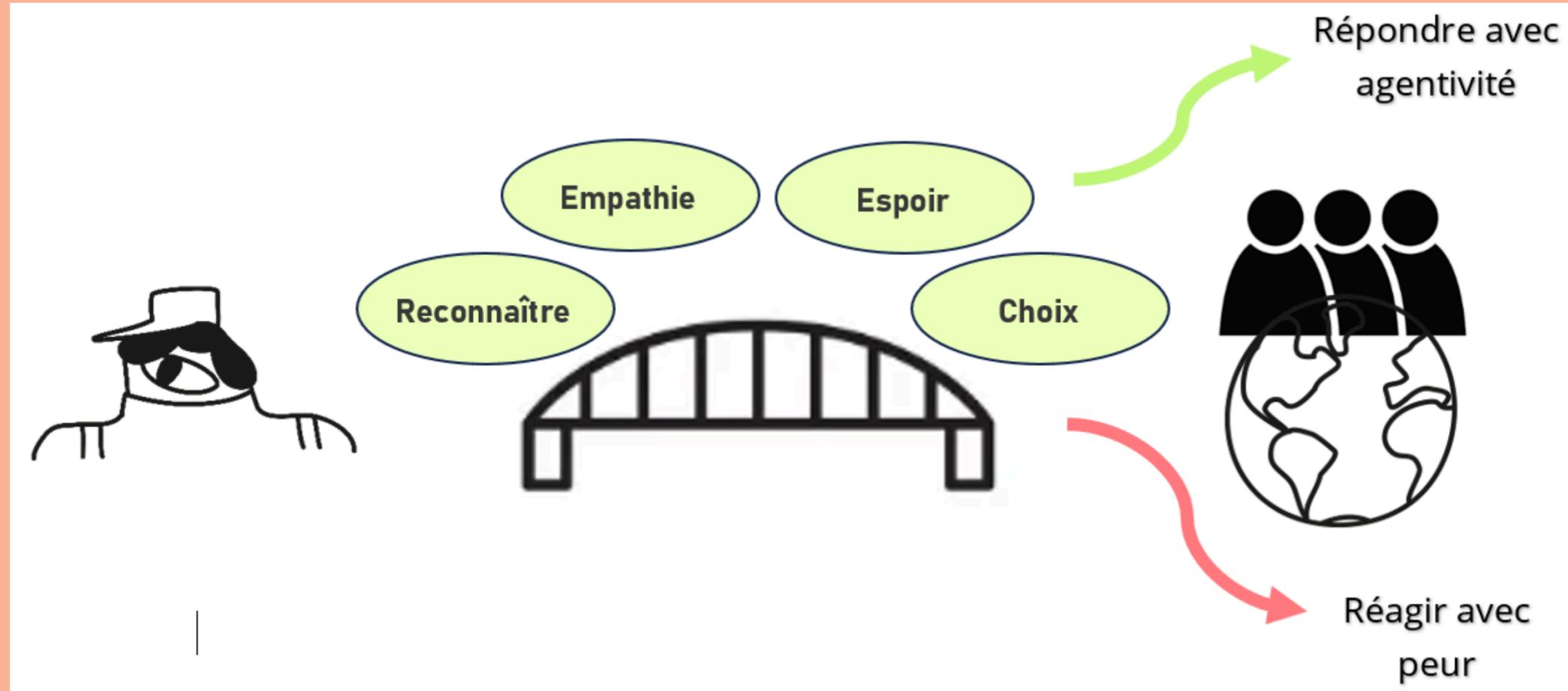
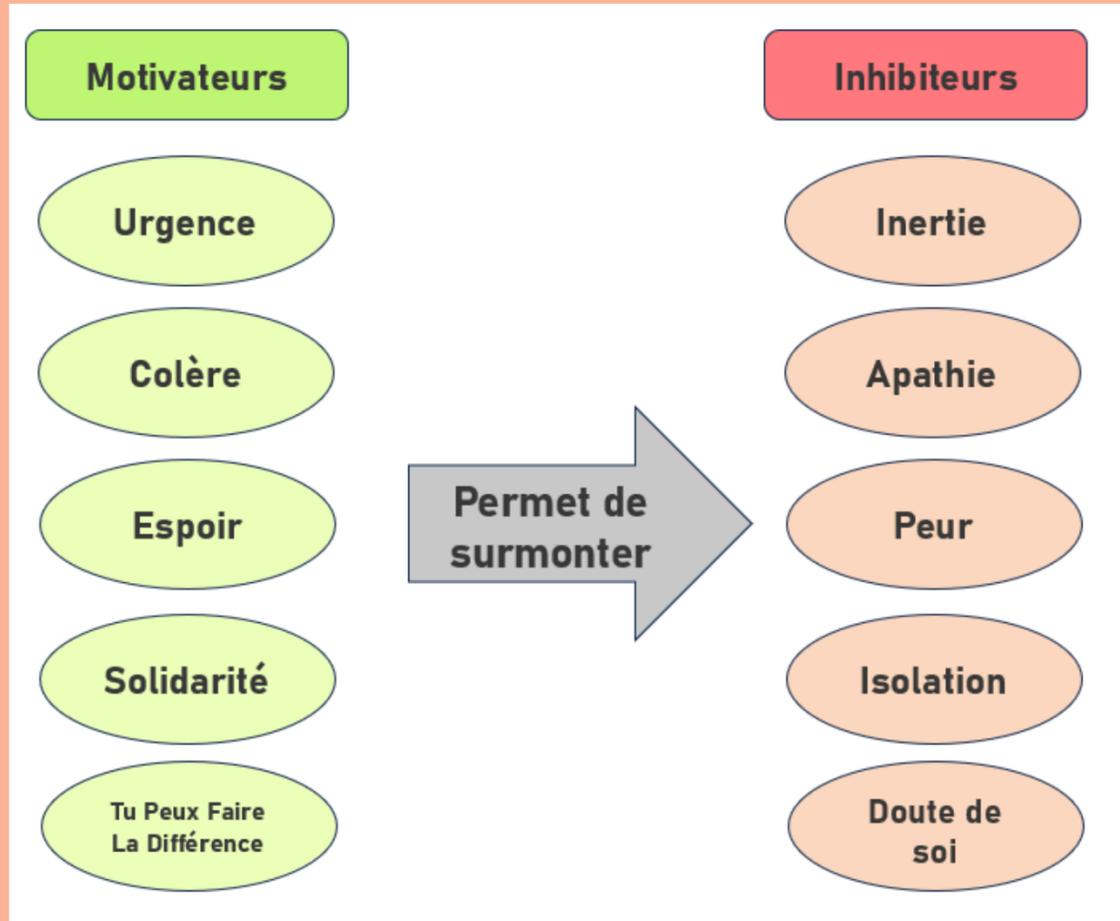
1. **But** : Savoir ce qu'on veut atteindre
2. **Réflexions orientées** : être en mesure d'imaginer des façons de nous rendre à notre but
3. **Agentivité** : la motivation de mettre en action ces réflexions

Stimule :

- Information
- Proactivité
- Initiative
- Stabilité émotionnelle



LE PUBLIC ET TOI



LE PUBLIC ET TOI

1 Ses perceptions

- Ta mission : Anticiper ses émotions, connaître ses perceptions avant de communiquer

Les éléments clés :

- Le choix des mots
- Les cadres de références du message
- L'analyse pré-communication
- La connaissance du messenger

On parle à qui ?

2 Son rôle

- Ta mission : S'imprégner de sa posture et maintenir l'ouverture en utilisant les bons vecteurs communicationnels

Les éléments clés :

- Les techniques d'engagement
- L'adaptation constante
- La clarté des objectifs
- Le réalisme des objectifs

On parle de quoi ?

3 Ses besoins

- Ta mission : Adapter le langage, l'approche et le ton du message pour qu'il soit reçu par l'auditoire

Les éléments clés :

- Les procédés humoristiques
- La vulgarisation
- L'empathie émotionnelle
- La clarté du message

C'est reçu comment ?

CHOIX DES MOTS

1 Évoquent des émotions

4 Génèrent des biais

2 Construisent l'identité

5 Sentiment de pouvoir

3 Permettent de s'identifier à un modèle

6 Compréhension / imprégnation

ChatGPT



La quantité de mots nécessaires pour rendre un concept plus positif est souvent un peu plus longue, mais est-ce que c'est toujours gagnant ?



Science

1

La production de boeuf contribue à la déforestation, aux émissions de gaz à effet de serre et à la pollution de l'eau, nuisant à l'environnement et accélérant le réchauffement climatique

Nb mot : 31 mots

Points : 61



Positif long

2

La transition vers des méthodes durables de production de boeuf permet de préserver les forêts, réduire les émissions de gaz à effet de serre et protéger les ressources en eau, préservant ainsi l'environnement et atténuant le changement climatique.

Nb mot : 39 mots

Points : 72



Positif court

3

La production durable de boeuf permet de préserver les forêts, réduire les émissions atmosphériques et protéger les ressources en eau, atténuant les changements climatiques.

Nb mot : 24 mots

Points : 50 !



Biologik

Élever du boeuf de façon durable ça prend moins d'espace, on garde nos forêts, ça relâche moins de méthane dans l'air, ça économise l'eau et ça fait toute une différence pour les changements climatiques !

Nb mot : 36 mots

Points : 29

EXEMPLE

T'en penses quoi ?



James Guilbaud • 1st

Sport Tourism / Sustainability / Running for a cleaner world #ploggin...

2mo • 🌐

On jase... 😞 As-tu remarqué l'état de nos rues ? Fonte des neiges.

Cette semaine, Americana se tenait dans le Vieux-Port de Montréal, un événement phare organisé par [Réseau Environnement](#) 🌍. Deux jours de conférences avec les plus grands experts en environnement d'Amérique du Nord, des solutions innovantes... et pourtant, nos rues restent jonchées de déchets.

- 🗑️ Pourquoi ce fléau persiste-t-il ?
- 💡 Quelles solutions concrètes pouvons-nous mettre en place ?
- 🌐 Quels impacts ces déchets ont-ils sur l'environnement ?

🔍 Constats préoccupants :

♻️ Gestion des déchets – La plupart des déchets retrouvés dans la rue sont recyclables voir même consignable... pourtant peu sont valorisés. Manque de poubelles ? De sensibilisation ?

💧 Eau & Neige – Chaque année, la fonte des neiges révèle des tonnes de déchets. La même neige souillés et qui fini dans le fleuve alors qu'elle pourrait être recyclée pour économiser un nombre important de notre or bleu.

🐾 Biodiversité – Sans protection sur les berge et le Vieux Port, ces déchets finissent dans le Saint-Laurent, polluant nos cours d'eau et menaçant la faune.

👤 Comportement citoyen – Trop de débris abandonnés sur les trottoirs et dans les parcs par les citoyens. Connaissent-ils vraiment ce qui est recyclable ou non ? Pas assez d'éducation.

💬 Ça va mieux qu'on pense ? Pas dans nos rues en tout cas... Depuis 6 ans, je nettoie les rues au Canada et je ne vois pas d'amélioration.

🚀 Passons à l'action ! Lors du prochain congrès, je propose une sortie plogging 🧑‍🌾🗑️ – une manière concrète de se mobiliser et de se salir les mains pour une ville plus propre. Qui embarque ? 😊

[#Environnement](#) [#Americana](#) [#Déchets](#) [#canada](#)

[Grégory Pratte](#) [Francis Fortin](#) [Bianca Bernard](#) [Ça Va Mieux Qu'on Pense](#) [Bertrand de Pétigny](#) [Anjali Caillat](#) [Mathieu Laneuville](#) [Ecotime](#) [Rachel Labbe-Bellas](#) [Eddy Dureuil](#) [Fanny Beaulieu](#) [Cormier](#) [Sophie Langlois-Blouin](#)

Show translation



LE PUBLIC ET L'HUMOUR

Grand
public

On parle à qui ?

Les éléments clés :

- Comprendre les références
- S'imprégner du message
- Limiter le braquage/défensive

On parle de quoi ?

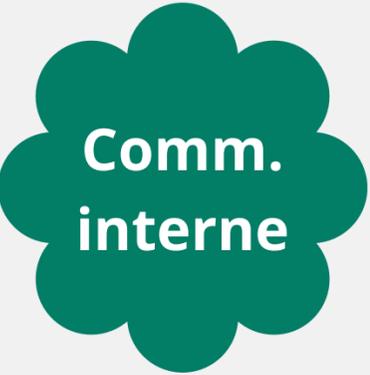
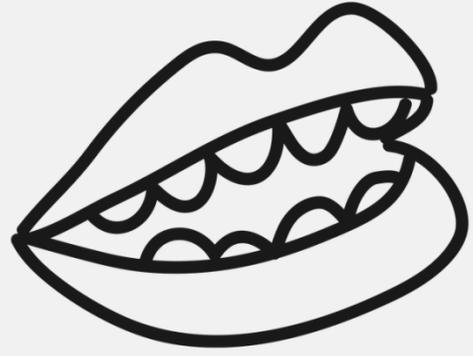
Les éléments clés :

- Cliché
- Punch up / Punch down
- Angle et procédés

C'est reçu comment ?

Les éléments clés :

- Le casting de l'interlocuteur
- La sympathie
- La confiance du public

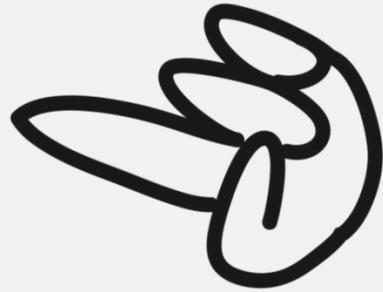


Procédés humoristiques

Les bons coups

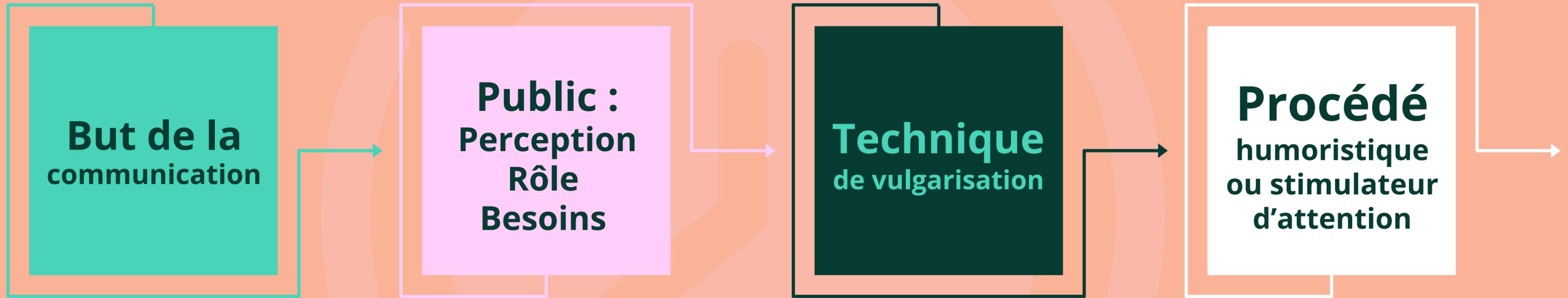
| | |
|-----------------------|--------------------------|
| Les bons coups | Transposition temporelle |
| | Incongruité |
| Euphémisme | Parodie |
| Personnification | Référence |
| Analogie | Malentendu/ Quiproquo |
| Autodérision | Déplacement de focus |
| Répétition | La chute / non sequitur |





Procédés humoristiques

| | |
|-------------------------|------------|
| Moins bons coups | Choc |
| | Méta |
| Ironie | Jeu de mot |
| Madcap/déjanté | Hyperbole |
| Double-sens | |



LA MÉTHODE





MERCI