

MEMOIRE SUR LA COMMUNICATION DE MASSE

(PHÉNOMÈNE DE HARCÈLEMENT SCOLAIRE)

SOMMAIRE

01

CONTEXTE & CHOIX

02

**HYPOTHÈSES / ENQUÊTES/
LIMITES**

03

QUELQUES RETOMBÉES

04

DIFFICULTÉS RENCONTRÉES

05

CONCLUSION + OUVERTURE

CONTEXTE

(HARCÈLEMENT SCOLAIRE/COMMUNICATION)



- France : 1/10 élèves est cible de harcèlement
- Communication majoritairement interne (méthode Pikas ; guides...)
- De nouveaux moyens de communication ?



« L'apport des téléfilms dans les campagnes de sensibilisation des associations de lutte contre le harcèlement scolaire. Le cas de Marion, 13 ans pour toujours. »

DEUX HYPOTHÈSES

UNE HISTOIRE VRAIE, UN BEST-SELLER, UN SUCCÈS D'AUDIENCE ?



6,8 millions de téléspectateurs
70 000 exemplaires vendues
Thème : Maladie (Cancer)



4.1 millions de téléspectateurs
130 000 exemplaires vendues
Thème : Harcèlement scolaire

UN TÉLÉFILM UNIQUE ET NOVATEUR ?



➔ Tous les acteurs du phénomène sont représentés.

TROIS TECHNIQUES D'ENQUÊTES



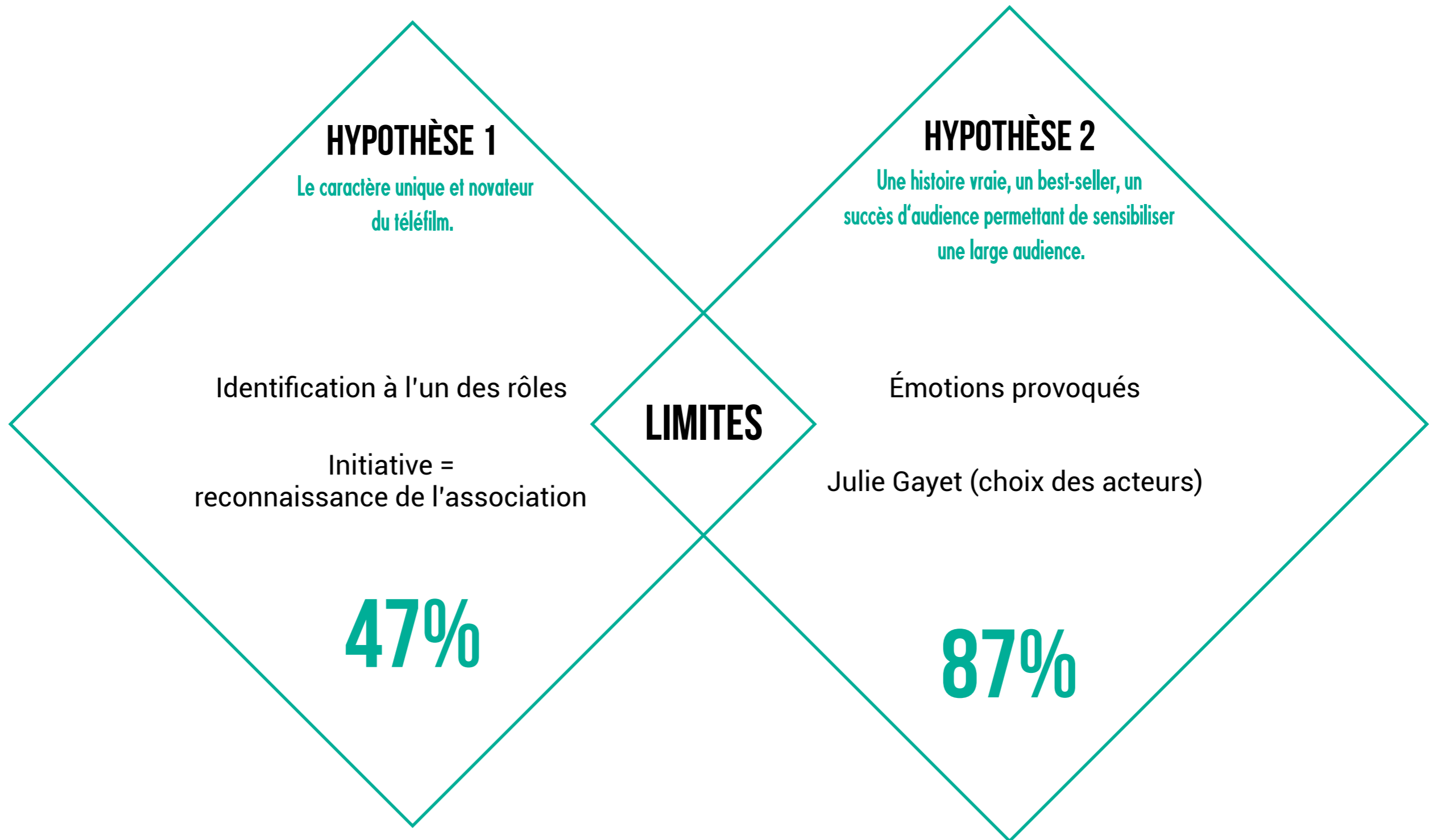
PROJECTION + DÉBAT
(10 PERSONNES + 1 ANIMATEUR)

QUESTIONNAIRE
(90 RÉPONSES)

ENTRETIEN SEMI-DIRECTIF
(RÉALISATEUR)

☑ DIFFICULTÉ !

« Comment les téléfilms sont un apport dans les campagnes de sensibilisation pour la lutte contre le harcèlement scolaire. »



QUELQUES RETOMBÉES POST-DIFFUSION POUR L'ASSOCIATION



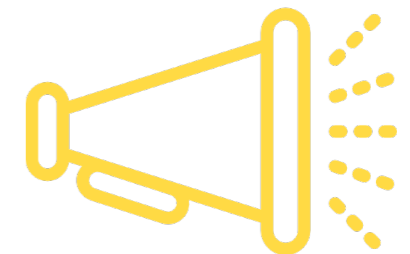
PÉTITION



DÉBATS



RECONNAISSANCE



DIVERS DEMANDES

DIFFICULTÉS RENCONTRÉES

**RÉALISATION DES
ENQUÊTES**

**OBTENTION
D'INFORMATIONS
ACTUELLES**

**COMMUNICATION
≠
PHÉNOMÈNE**

CONCLUSION

**“UNE VRAIE CAMPAGNE
DE PUBLICITÉ CONTRE
LE HARCÈLEMENT”**

– NORA FRAISSE –

OUVERTURE



**YOUTUBEURS
INFLUENCEURS**



**PERSONNALITÉS
ENGAGÉES**

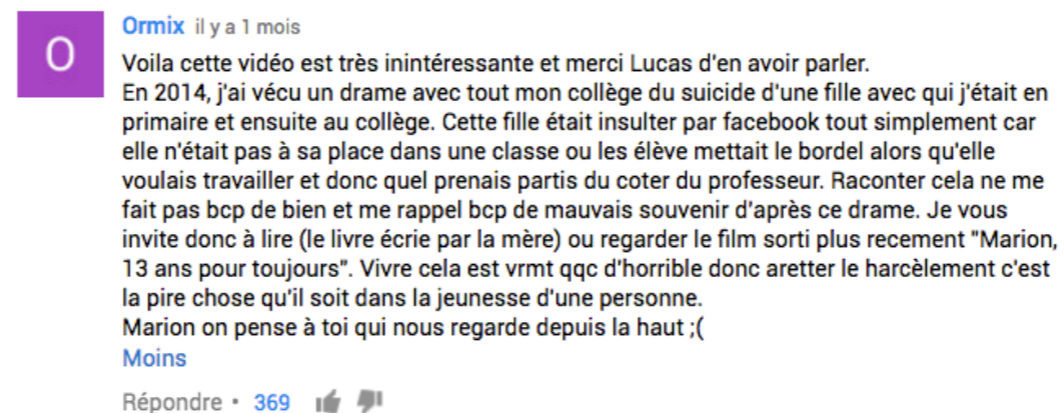
YOUTUBEURS & INFLUENCEURS

Exemple : SQUEEZIE (+8,1 millions d'abonnées)



3 508 577
vues

50 157
commentaires





MERCI DE VOTRE ATTENTION !