

Leçon 11

Les communications de campagne



QUESTION D'ORIENTATION

❶ Comment puis-je évaluer les messages des partis politiques?

BUT

Pendant les campagnes électorales, les partis politiques partagent leurs visions et leurs idées afin d'obtenir le soutien du public. Voter de manière éclairée signifie que l'on examine ces messages et ces publicités de manière critique.

Dans cette leçon, les élèves analysent et décortiquent les différents messages et publicités. Dans l'activité de *Conclusion*, les élèves évaluent les forces et les faiblesses des stratégies de communication de chaque parti.

OBJECTIFS D'APPRENTISSAGE

À la fin de la leçon, les élèves pourront...

- expliquer l'objectif des communications politiques en période électorale;
- analyser différentes publications dans les médias et évaluer leur signification et leur efficacité;
- travailler en collaboration avec leurs pairs afin d'analyser et d'organiser l'information.

Conseils pour le personnel enseignant

- Veuillez utiliser les activités selon les besoins de votre classe.
- Cette leçon se réfère aux connaissances apprises à la leçon 7. Veuillez vous y référer pour établir votre cadre d'analyse des images.
- Créez un compte Twitter ou Facebook pour votre classe afin d'aider les élèves à suivre les publications sur les réseaux sociaux.
- Assurez-vous de prendre des exemples de tous les partis pour un même médium afin que les messages soient comparés de manière juste et impartiale.
- Lorsque vous montrez des vidéos publicitaires, assurez-vous que les vidéos utilisent un ton similaire. Essayez d'éviter les comparaisons de publicités positives et négatives entre deux partis. Vous pouvez toutefois comparer des publicités au ton différent s'ils sont du même parti.
- Matériel nécessaire : papier graphique et exemples de publicités ou de publications des partis politiques sur les réseaux sociaux. Vous pouvez prendre des captures d'écran des publications sur les réseaux sociaux.
- Toutes les vidéos, les diapositives, les documents et les feuilles d'activités en version Word sont disponibles à voteetudiant.ca/canada

Préparation

Demandez aux élèves de rassembler des communications de campagne et des publicités politiques qu'ils observent dans leur communauté en prévision de la leçon. Les élèves peuvent prendre des photos ou des captures d'écran avec leurs propres appareils électroniques.

Introduction

1. Invitez les élèves à discuter en classe des méthodes qui, selon eux, sont utilisées par les partis politiques et les candidats pour communiquer avec les électeurs (p. ex., publicité, panneaux sur les pelouses, envois postaux, dépliants, sites Internet, médias sociaux, événements, porte-à-porte, couverture médiatique, débat entre candidats). Demandez aux élèves s'ils ont pris connaissance de telles activités dans le cadre de la présente élection et invitez-les à présenter les photos de l'activité de préparation.
2. Demandez aux élèves si, depuis le début de l'élection, ils ont remarqué que les partis politiques ont mis de l'avant l'une ou l'autre de ces méthodes. Invitez-les à partager les photos qu'ils ont prises durant l'activité de préparation.

3. Demandez à vos élèves les méthodes qui, selon eux, sont les plus efficaces pour rejoindre les électeurs et pourquoi.

- Quelles opinions des vidéos vous ont le plus parlé?
- Votre opinion sur l'importance du vote a-t-elle changé au cours des activités du Vote étudiant?
- Quel est l'impact d'un taux de participation élevé ou faible?
- Croyez-vous qu'il est important que les jeunes se pratiquent à voter avant leurs 18 ans? Pourquoi?

Activités

1. Passez en revue les trois types de médias : acheté, détenue et gagnée. Expliquez aux élèves que les partis politiques utilisent différents types de médias pour transmettre leur message aux électeurs.
 - **L'exposition médiatique achetée** : comprend la publicité qui a été achetée pour communiquer un message à un public, comme une publicité dans un journal, à la télévision ou à la radio et sur les réseaux sociaux ou celles que l'on reçoit par la poste.
 - **L'exposition médiatique détenue** : comprend toute communication diffusée par une personne, un groupe ou une organisation au moyen de ses propres plateformes, comme des sites Internet, des blogues ou des médias sociaux.
 - **L'exposition médiatique gagnée** : une couverture éditoriale ou une mention par des tierces parties, comme des organes de presse ou des médias sociaux externes, ou de bouche à oreille.
2. Montrez des exemples de publicités de partis politiques ou de messages de réseaux sociaux pour la campagne électorale en cours. Vous pouvez utiliser des images prises sur les comptes Instagram des partis ou des chefs de partis ou encore des vidéos trouvées sur leur site Internet ou sur YouTube. Encouragez les élèves à s'attarder au vocabulaire, aux couleurs, aux images, à la musique, au ton et au contenu.

À l'aide du cadre d'analyse des images (fiche 7.1) ou des questions d'orientation ci-dessous, répondez aux questions avec vos élèves. Placez l'exemple de la publication (ou d'une capture d'écran imprimée d'une vidéo) au centre d'une grande feuille de papier ou d'un papier graphique pour que les élèves puissent écrire leurs notes sur les côtés de la feuille.

Questions d'orientation :

- a) Décrire le contenu ou le contexte : Quel est le contenu? Que ressentez-vous?
 - b) Trouver la source : De quelle source provient cette information? Est-elle crédible?
 - c) Interpréter le sens : Quels sont les principaux messages? En quoi les textes, couleurs, images influencent-ils le message?
 - d) Analyser l'objectif : Quel est l'objectif de ce message? S'agit-il d'une publicité d'attaque? Qui est l'audience cible? Comment cette image peut-elle être interprétée par différents publics?
3. Avec l'ensemble de la classe, créez des critères pour évaluer la publicité ou la communication des partis politiques. Par exemple :
- Le message est-il clair et concis?
 - Le message communique-t-il des faits?
 - Les images sont-elles pertinentes avec le(s) message(s)?
 - Le ou les messages ciblent-ils un public en particulier?
 - Le vocabulaire du message est-il approprié au ton et au contenu?
4. Divisez les élèves en groupes et demandez-leur d'évaluer les communications de l'un des partis politiques ou des candidats qui se présentent dans la circonscription électorale de votre école. Pour chacun des partis, choisissez un exemple de même format médiatique (p. ex., une vidéo ou une affiche) afin de comparer les communications de manière impartiale. Placez chaque texte médiatique (ou captures d'écran des vidéos) dans le centre d'une grande feuille de papier et demandez aux élèves d'écrire leurs opinions sur les côtés. Encouragez-les à s'attarder au vocabulaire, aux couleurs, aux images, à la musique, au ton et au contenu.
5. Affichez les travaux des élèves en classe ou dans un couloir de l'école. Invitez les élèves à parcourir le couloir pour voir les travaux de leurs camarades. Comme activité complémentaire, vous pouvez donner aux élèves des notes autocollantes afin qu'ils ajoutent leurs propres opinions ou idées.

Conclusion

Lancez une brève discussion de clôture sur les élections et les communications de campagne, ou demandez aux élèves d'écrire leurs réflexions sur l'une ou plusieurs des questions suivantes :

- Évaluez les communications de chaque parti politique ou de chaque candidat et classez-les en fonction de leur efficacité. Justifiez votre classement.
- Quels messages vous attirent davantage? Pourquoi?
- Si vous étiez le chef d'un parti ou un candidat, quelle serait votre stratégie de communication? Quels formats utiliseriez-vous? Quel public tenteriez-vous de joindre? Quels seraient vos principaux messages?

Compléments d'apprentissage

Divisez les élèves en groupes et demandez-leur de suivre les communications d'un parti politique ou d'un candidat en particulier au cours de la campagne électorale. Les élèves doivent recueillir les communications et messages du parti ou du candidat à partir de différentes plateformes et dans différents formats (p. ex., vidéo, matériel imprimé, messages sur les réseaux sociaux).

Fournissez également une liste de ce qui devrait être recueilli pendant une période donnée. Par exemple :

- 3 publicités vidéo;
- 10 publications sur les médias sociaux (Twitter, Facebook, Instagram ou Snapchat);
- 1 brochure de parti;
- 1 discours;
- 2 communiqués de presse.

Questions suggérées :

- Quels sont ses principaux messages? Sont-ils cohérents sur toutes les plateformes ou pour toutes les communications?
- Met-il l'accent sur ses propres idées ou sur les aspects négatifs d'un autre parti?
- Quelle plateforme est la plus efficace selon vous et pourquoi?
- Quels groupes démographiques sont visés par les communications de ce parti ou de ce candidat? Expliquez.

Ensuite, donnez aux élèves la possibilité de présenter leur travail aux autres dans le cadre d'un exposé en classe, d'une exposition ou par tout autre moyen.

MISE EN CONTEXTE POUR LE PERSONNEL ENSEIGNANT

Les **élections** sont des courses politiques à la chefferie, aux idées et au pouvoir au cours desquelles les partis et les candidats font campagne pour obtenir le vote et le soutien de la population.

Le travail des **partis politiques** et des **candidats** est de communiquer leur vision et leurs idées aux électeurs afin d'obtenir leur appui. Une plateforme politique est une série de valeurs et de mesures que prendra le parti s'il est élu.

Les candidats et les partis ont recours à une stratégie de communication qui intègre trois types de médias (exposition médiatique

achetée, détenue, ou gagnée), ainsi qu'à des activités de sensibilisation et à des événements pour communiquer leur message.

L'exposition médiatique achetée, comprend la publicité qui a été achetée pour communiquer un message à un public, comme une publicité dans un journal, à la télévision ou à la radio et sur les réseaux sociaux, ou une campagne de marketing direct.

L'exposition médiatique détenue comprend toute communication gérée par une personne, un groupe ou une organisation par le truchement de ses propres plateformes, comme des sites Internet, des blogues, des médias sociaux.

L'exposition médiatique gagnée est une couverture éditoriale ou une mention par des tierces parties,

comme des organes de presse ou des médias sociaux externes, ou de bouche à oreille.

Ces activités de sensibilisation peuvent également inclure des affiches, des événements publics, du porte-à-porte et des assemblées générales ou des débats.

En tant qu'électeur, votre travail est de recueillir, d'interpréter et d'analyser l'information de campagne, de formuler des conclusions et des opinions, et de choisir pour quel parti ou candidat vous voterez.