

Leçon 6

Les stratégies de communication



QUESTIONS GUIDES

❶ Comment les partis politiques diffusent-ils leurs messages ?

❷ Comment évaluer les messages des partis politiques ?

APERÇU

Pendant la campagne électorale, les partis politiques utilisent divers moyens de communication pour présenter leur chef et faire valoir la vision de leur parti au public. Pour être un électeur avisé, il faut examiner d'un œil critique ces messages et ces publicités.

Dans cette leçon, les élèves commenceront par analyser et décortiquer les différents messages et publicités diffusés par les partis politiques lors des campagnes électorales. Ils évalueront ensuite 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 les objectifs des communications politiques en période électorale ;
- Analyser différentes publications dans les médias et évaluer leur signification et leur efficacité ;
- Travailler ensemble afin d'analyser et d'organiser l'information.

Indications pour le personnel enseignant

- Vous pouvez adapter et combiner les activités selon les besoins de vos élèves.
- Créez un compte Twitter ou Facebook pour votre classe afin de suivre les publications des partis politiques sur les réseaux sociaux.
- Veillez à présenter des publications de chaque parti. Pour que la comparaison soit possible, ces communications doivent idéalement être du même type (ex. : seulement des brochures, seulement des publications des médias sociaux, etc.).
- Lorsque vous montrez des vidéos publicitaires, assurez-vous que les vidéos aient un ton similaire. Tentez par exemple d'éviter la comparaison entre une publicité qui met en avant un parti et une vidéo qui dévalorise un parti adverse. Vous pouvez toutefois comparer des publicités au ton différent si elles proviennent d'un même parti.
- Matériel nécessaire : Diaporama 6, des exemples de publicités des partis politiques et/ou messages publiés sur les réseaux sociaux utilisés par les partis pour la campagne électorale (vous pouvez utiliser des captures d'écran des communications publiées sur les réseaux sociaux).
- Toutes les ressources numériques, les vidéos et le diaporama sont disponibles sur notre site Internet voteetudiant.ca/canada, sous l'onglet « Ressources pédagogiques ».

Préparation

En prévision de la leçon, demandez aux élèves de rassembler les diverses brochures et publicités politiques en lien avec la campagne électorale qu'ils observeront autour d'eux. 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 entière des méthodes qui sont utilisées par les partis politiques et les candidats aux élections pour communiquer avec les électeurs et diffuser leurs messages (ex. : publicités, pancartes, courriers, brochures, site Internet, réseaux sociaux, événements publics, porte-à-porte, couverture médiatique, débats entre les candidats).
2. Demandez aux élèves s'ils ont déjà pris connaissance de telles activités depuis le début de la campagne électorale actuelle et invitez-les à partager les résultats des recherches qu'ils auront effectuées dans le cadre de l'activité *Préparation*.

3. Discutez-en en classe : Quelles méthodes sont les plus efficaces pour atteindre les électeurs et pourquoi ? La pandémie a-t-elle un impact sur les stratégies de communication mises en place pour l'élection actuelle ?

Activités

1. À l'aide du Diaporama 6, présentez les trois grands types de médias en matière de stratégies de communication : achetés, gagnés, détenus. 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, incluant les publicités en ligne, les panneaux d'affichage, les annonces diffusées à la radio, à la télévision et dans les journaux ainsi que les envois de lettres ou de courriels promotionnels.
 - **L'exposition médiatique détenue** : comprend les communications diffusées par une personne, un groupe ou une organisation au moyen de ses propres plateformes, comme des sites Internet, des blogues et des médias sociaux.
 - **L'exposition médiatique gagnée** : comprend la couverture médiatique produite par les médias d'information ainsi que par les citoyens, notamment au moyen de leurs publications et interactions sur les réseaux.
2. Montrez aux élèves des exemples de publicités faites par les partis politiques ou de messages partagés sur les réseaux sociaux par les partis dans le cadre la campagne électorale actuelle. Vous pouvez utiliser des images prises sur les comptes Instagram de chaque parti (ou ceux de leur chef), ou encore des vidéos trouvées sur leur site Internet ou leur chaîne YouTube. Encouragez les élèves à s'attarder sur le vocabulaire, les couleurs, les images, la musique, le ton et le contenu de chacune.

En classe, analysez les diverses stratégies de communication des partis politiques à partir des questions guides suivantes.

- a) Décrivez le contenu : Que voyez-vous ? Quelles sont vos premières impressions ? Que ressentez-vous face à ce contenu ?
- b) Identifiez l'affirmation (ou le message principal) : Qu'est-ce qui est affirmé ? Est-ce une affirmation factuelle pouvant être prouvée ? Est-ce une affirmation relevant des valeurs du parti et pouvant varier selon l'opinion de chacun ?

- c) Examinez le contexte : Comment le langage, les images, les couleurs, la police de caractères ou le ton influencent-ils le message ? Le message est-il trompeur ?
 - d) Analysez l'objectif : Quel est l'objectif de ce message ? S'agit-il d'une communication offensive ? Qui est le public cible ? Comment différents publics peuvent-ils interpréter ce message ?
3. Avec l'ensemble de la classe, établissez une liste de critères permettant d'analyser les stratégies de communication des partis politiques. Par exemple :
- Le message est-il clair et concis ?
 - Les affirmations sont-elles factuelles ?
 - La présentation visuelle et/ou les images choisies sont-elles pertinentes ?
 - Les messages sont-ils adaptés au public visé ?
 - Le vocabulaire employé est-il adapté à l'objectif poursuivi ?
4. Séparez les élèves en équipes et demandez-leur d'évaluer les stratégies de communication d'un des partis politiques ou candidats de la circonscription de votre école. Pour chacun des partis/candidats, choisissez des documents/publications du même type (ex. : une vidéo par parti ou une affiche par parti) afin de comparer les communications de manière aussi impartiale que possible. Placez chaque document/publication/capture d'écran de vidéo au centre d'un grand carton/tableau et demandez aux élèves d'écrire leurs opinions sur les côtés.
5. Affichez les travaux de chaque groupe dans la salle de classe ou dans un couloir. 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 pour qu'ils puissent ajouter leurs propres opinions ou idées.

Consolidation des acquis

Organisez une discussion afin de faire un retour sur les stratégies de communication mises en place par les partis lors des campagnes électorales, ou demandez aux élèves de rédiger une réflexion personnelle sur un ou plusieurs des thèmes suivants :

- Analysez les stratégies de communication de chaque parti politique ou candidat et classez-les à l'aide de la liste de critères d'efficacité établie en classe. Justifiez vos choix.

- Quel est le parti qui a produit le message qui a le plus retenu votre attention ? Pourquoi croyez-vous que cette publicité ou cette publication vous a marqué ?
- Si vous étiez le chef d'un parti ou un candidat, quelle serait votre stratégie de communication ? Quels formats utiliseriez-vous ? Quelle cible essayeriez-vous d'atteindre ? Quels seraient vos principaux messages ?

Pour aller plus loin

Séparez les élèves en équipes et demandez-leur de porter attention aux diverses stratégies de communication d'un parti politique ou d'un candidat en particulier tout au long de la campagne électorale. Les élèves doivent recueillir divers messages, publicités et publications du parti (ou du candidat) issus de différentes plateformes et dans différents formats (ex. : vidéo, matériel imprimé, messages sur les réseaux sociaux, etc.)

Fournissez une liste de ce qui devrait être recueilli pendant la période de suivi. Par exemple :

- 3 vidéos publicitaires
- 12 publications partagées sur 3 différents réseaux sociaux (ex. : Twitter, Facebook, Instagram, Snapchat, TikTok).
- 1 brochure de parti
- 1 discours
- 2 communiqués de presse

Questions suggérées :

- Quels sont les principaux messages du parti ? Les différents messages sont-ils cohérents peu importe la plateforme de diffusion ?
- Est-ce que les messages ont plutôt tendance à mettre en avant le parti ou est-ce qu'ils se concentrent sur la dévalorisation des autres partis ?
- Quel groupe démographique les messages du parti semblent-ils viser ? Utilisent-ils différentes plateformes pour atteindre différents types de publics ? Justifiez vos réponses.
- Quelle plateforme est la plus efficace d'après vous ? Pourquoi ?

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

IDÉES D'ÉVALUATION

Section	Questions guides pour le personnel enseignant
Introduction	<p>Les élèves peuvent-ils identifier les différentes méthodes qu'utilisent les partis politiques ou les candidats pour partager leurs messages à l'aide d'exemples concrets ?</p> <p>Les élèves peuvent-ils identifier ce qui rend une communication efficace ? Peuvent-ils évaluer l'impact de la pandémie sur les stratégies de communication des partis et des candidats ?</p>
Activités	<p>Les élèves peuvent-ils distinguer les différents types de médias ?</p> <p>Peuvent-ils identifier l'objectif d'une communication politique ?</p> <p>Les élèves peuvent-ils identifier les critères d'un message politique efficace ?</p> <p>Les élèves peuvent-ils analyser les caractéristiques essentielles du texte et les éléments visuels (p. ex. le choix des mots, les caractères gras, les couleurs, les polices de caractères) ?</p> <p>Les élèves peuvent-ils identifier les publics cibles et la manière dont différents types de public peuvent interpréter un message ?</p>
Consolidation des acquis	<p>Les élèves peuvent-ils identifier des critères permettant d'évaluer l'efficacité d'un message donné ?</p> <p>Les élèves peuvent-ils expliquer pourquoi ils ont classé les stratégies de communication dans un ordre particulier ?</p>

MESURES DE SOUTIEN ET D'ADAPTATION

Plans pédagogiques individuels	<p>Modifications</p> <ul style="list-style-type: none"> • Regroupez les élèves afin que chacun puisse participer à sa guise, selon son aisance. • Utilisez un vocabulaire simple pour définir les termes politiques. • Visionnez plusieurs fois les vidéos ou proposez aux élèves de les regarder avant le visionnement en classe. <p>Enrichissement</p> <ul style="list-style-type: none"> • Demandez aux élèves de créer leur propre stratégie de communication pour chaque parti politique – tout en cherchant à être en phase avec le programme du parti et les objectifs de la campagne.
Les apprenants de la langue française	<ul style="list-style-type: none"> • Veillez à ce que les sous-titres soient activés pour chaque vidéo visionnée et regardez-les plusieurs fois. • Donnez des critères clairs et affichez les termes essentiels ainsi que les définitions pour que les élèves puissent s'y référer.
Pédagogie inclusive	<ul style="list-style-type: none"> • Il peut être intéressant de montrer des exemples de publicités politiques provenant de pays situés à l'extérieur de l'Amérique du Nord. Assurez-vous de bien comprendre la langue et le contexte. • Soyez sélectif dans vos choix de publicités politiques afin que les élèves ne se sentent pas mal à l'aise (ex. : des publicités prônant une plateforme anti-immigration).
Accessibilité et accommodements	<ul style="list-style-type: none"> • Utilisez des outils technologiques si nécessaire. Vous pouvez par exemple avoir recours à un site Internet comme fr.padlet.com.

MISE EN CONTEXTE POUR LE PERSONNEL ENSEIGNANT

Les **élections** mettent en compétition des partis politiques et leur chef en faisant appel à leurs idées et leur capacité de persuasion. Pendant les élections, des groupes et des individus font campagne pour obtenir le soutien et le vote de la population.

Il incombe aux **partis politiques** et aux **candidats** de communiquer leur vision et leurs idées aux électeurs afin d'obtenir leur soutien. Un programme politique fait état des valeurs du parti, des actions qu'il compte faire et des projets qu'il souhaite réaliser s'il est élu.

Les candidats et les partis utilisent des stratégies de communication qui emploient les trois types de médias (payés, détenus et gagnés), ainsi que des activités de sensibilisation et des événements publics pour diffuser leurs messages.

Médias payés : comprend la publicité qui a été achetée, incluant les publicités en ligne, les panneaux d'affichage, les annonces diffusées à la radio, à la télévision et dans les journaux ainsi que les envois de lettres ou de courriels promotionnels.

Médias détenus : comprend les communications diffusées par une personne, un groupe ou une organisation au moyen de ses propres plateformes, comme des sites Internet, des blogs et des médias sociaux.

Médias gagnés : comprend la couverture médiatique produite par les médias d'information ainsi que par les citoyens, notamment au moyen de leurs publications et interactions sur les réseaux.

Les stratégies de communication lors des campagnes électorales comprennent également les affiches en bordure des routes, les événements publics, le porte-à-porte et les débats publics.

En tant qu'électeur, il est important de recueillir, interpréter et analyser les informations relatives à la campagne, de formuler des conclusions et des jugements et de faire votre choix en toute connaissance de cause.