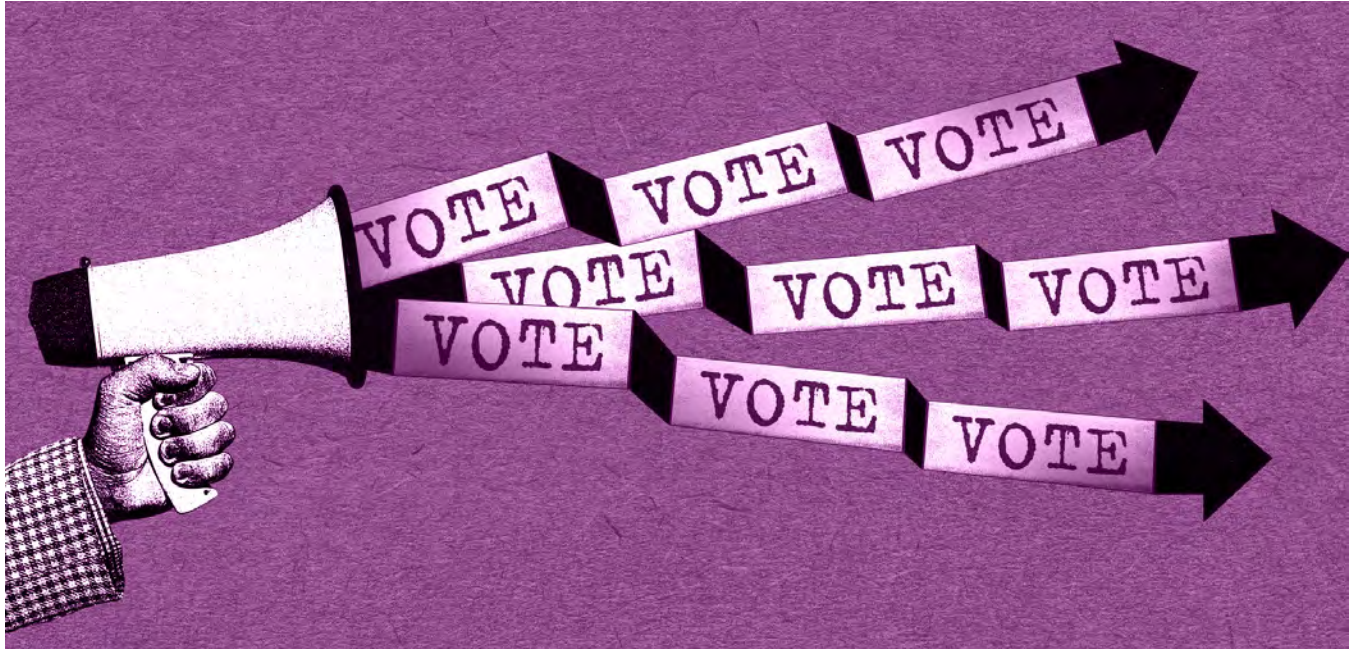


Leçon 4 : Les techniques de persuasion en politique



QUESTIONS GUIDES

- 1 **Comment les personnes candidates et les partis politiques parviennent-ils à obtenir le soutien des électrices et électeurs avec la publicité?**
- 2 **Quelles sont certaines des techniques couramment utilisées dans la publicité électorale pour tenter de persuader les électrices et les électeurs?**
- 3 **Comment peut-on analyser l'efficacité d'une publicité électorale?**

APERÇU

Les personnes candidates et les partis politiques utilisent différentes techniques de persuasion pour influencer l'opinion publique et obtenir le soutien des électrices et électeurs.

Dans cette leçon, les élèves apprendront à reconnaître des techniques de persuasion courantes et à analyser la façon dont elles sont utilisées dans la communication politique. Les élèves identifieront ces techniques en examinant de vraies publicités électorales puis évalueront leur efficacité.

OBJECTIFS D'APPRENTISSAGE

À la fin de cette leçon, les élèves pourront :

- expliquer le rôle joué par la persuasion en politique;
- décrire des techniques de persuasion courantes;
- analyser des exemples de messages politiques et identifier les techniques de persuasion utilisées;
- évaluer l'efficacité des messages politiques.

Introduction

1. Commencez par un bref remue-méninges : où trouvons-nous des messages visant à nous persuader dans la vie quotidienne? (p. ex. des influenceuses et influenceurs sur les réseaux sociaux, des publicités, des articles d'opinion, des panneaux publicitaires, des discours politiques, des pancartes de manifestations, des pétitions en ligne).
2. Demandez aux élèves de réfléchir à un exemple récent de message persuasif qu'ils ont vu ou entendu.
 - Quel était le message?
 - Où l'avez-vous vu?
 - Qu'est-ce qui l'a rendu convaincant (p. ex., l'attrait émotionnel, les faits présentés, la crédibilité)?

Demandez à quelques élèves de présenter leurs exemples au reste de la classe.

3. Discutez ensuite de la question suivante : comment les messages persuasifs influencent-ils nos opinions et nos comportements?

Insistez sur le fait que la persuasion n'est pas en soi nuisible ou trompeuse. Comme toute forme de communication, elle peut être utilisée de manière positive ou négative, de façon éthique ou non.

Activités

1. Regardez la vidéo « [CIVIX explique : les sources qui cherchent à nous persuader](#) » pour passer en revue les principaux objectifs de la communication et les différents groupes qui utilisent des messages persuasifs pour influencer le public.
2. Discutez du rôle de la persuasion en politique à l'aide du Diaporama 4.
 - En politique, les messages persuasifs ont pour but de faire appel à nos émotions afin d'influencer nos opinions ou nos actions, comme le fait de soutenir un enjeu ou une politique particulière, ou de voter pour une personne qui se présente aux élections.
 - La communication politique se concentre sur les mêmes objectifs que ceux que l'on retrouve dans la publicité commerciale. Ces techniques tentent de susciter diverses émotions, notamment l'espoir et l'optimisme, la peur et l'anxiété, l'indignation et la colère, le patriotisme et la fierté, la nostalgie, ainsi que la compassion et l'empathie.
 - Les messages persuasifs n'ont pas à être sérieux en permanence. L'humour est un moyen très utile d'attirer l'attention du public.

3. À l'aide du Diaporama 4, passez en revue certaines techniques de persuasion en examinant des exemples tirés du monde de la publicité. Nous avons fourni plusieurs exemples pour démontrer les techniques, veuillez les réviser avant de les montrer à votre classe. Vous pouvez également fournir vos propres exemples.

Pour chaque exemple, demandez aux élèves de répondre aux questions suivantes avant de révéler la technique utilisée.

- Comment cette publicité vous fait-elle sentir?
- Qu'est-ce qui rend la publicité persuasive?
- Est-ce efficace?

Pour certains des exemples, vous pouvez montrer la publicité aux élèves et discuter de leurs réactions avant de révéler la technique utilisée.

Les techniques abordées comprennent :

- L'utilisation de slogans ou de phrases d'accroche
- L'alarmisme
- L'instillation d'un sentiment d'espoir en un avenir meilleur
- Le recours à la logique « nous contre eux »
- Le recours à la logique du « gros bon sens »
- L'appel à un passé nostalgique

4. Distribuez aux élèves des copies de l'Activité 4.1. Expliquez-leur qu'ils vont analyser la manière dont ces techniques de persuasion peuvent être utilisées en politique en examinant des exemples historiques provenant de différents partis politiques (banque d'exemples). Pour chaque exemple, les élèves décriront brièvement la publicité, identifieront la (ou les) technique(s) en présence, définiront les émotions ciblées par la publicité, avant de finir par évaluer son efficacité.

Vous pouvez également demander aux élèves de trouver des exemples de publicités électorales liées à l'élection en cours (ces publicités peuvent provenir des partis politiques ou d'organisations tierces).

INDICATIONS POUR LE PERSONNEL ENSEIGNANT :

- Si vous choisissez de travailler à partir d'exemples tirés des élections en cours, veillez à ce que les différents partis politiques soient représentés.
- Insistez sur le fait que certains exemples peuvent impliquer plusieurs techniques à la fois et encouragez les élèves à noter toutes les techniques qu'ils sont capables d'identifier.

Consolidation des acquis

Avec l'ensemble de la classe ou en petits groupes, discutez des questions suivantes :

- Après avoir analysé les différentes publicités, qu'est-ce qui, selon vous, rend un message politique efficace?
- Quelle technique de persuasion vous semble la plus efficace et pourquoi?
- Quelle est la différence entre la persuasion et le mensonge? Pensez-vous que l'utilisation de techniques de persuasion puisse être contraire à l'éthique? Pourquoi ou pourquoi pas?
- Après avoir réfléchi de manière critique à un message persuasif, comment pouvez-vous décider par vous-même d'y adhérer ou non? De quelles informations auriez-vous besoin pour faire un choix éclairé?

Pour aller plus loin

Demandez aux élèves de travailler en petits groupes pour créer leur propre message politique persuasif en lien avec les élections fédérales actuelles. Invitez les élèves à compléter leur travail par une courte réflexion sur les techniques qu'ils ont utilisées et sur les raisons pour lesquelles ils pensent qu'elles sont efficaces. Donnez ensuite aux élèves la possibilité de voir le travail de leurs camarades, en les faisant se déplacer à travers la salle de classe ou en organisant un tour de classe virtuel. Au fur et à mesure qu'ils examinent les travaux de leurs camarades, demandez aux élèves de noter les différentes techniques de persuasion utilisées.

Mesures d'adaptation et de soutien

Apprenantes et apprenants de la langue française	<ul style="list-style-type: none">• Définissez les mots clés au préalable (persuasion, parti pris, opinion, tribune, rhétorique).• Utilisez des supports visuels ou des exemples concrets de publicités persuasives avec des sous-titres ou des traductions, si possible.• Proposez des amorces de phrases pour analyser les messages persuasifs (par exemple : « Ce message essaie de me convaincre de... » ou « La publicité utilise ___ pour me faire ressentir ___ »).
Pédagogie inclusive	<ul style="list-style-type: none">• Utilisez des messages politiques qui reflètent un ensemble de perspectives culturelles et des préoccupations de différentes communautés.• Encouragez les élèves à réfléchir à la façon dont les messages persuasifs peuvent avoir un impact différent en fonction des valeurs culturelles, des expériences vécues ou de l'identité des personnes.• Invitez les élèves à comparer les messages politiques canadiens à ceux de leur pays d'origine, le cas échéant.
Mesures d'accessibilité et d'adaptation	<ul style="list-style-type: none">• Utilisez des enregistrements audio des textes persuasifs ou des vidéos sous-titrées.• Permettez aux élèves de travailler avec une ou un partenaire ou un petit groupe lorsqu'ils analysent les messages.• Permettez aux élèves d'utiliser des méthodes alternatives pour démontrer leur compréhension (par exemple, l'enregistrement d'une courte explication audio).

MISE EN CONTEXTE POUR LE PERSONNEL ENSEIGNANT

La persuasion joue un rôle clé dans la démocratie et le développement de notre système politique. Si vous voulez améliorer la société, vous devez convaincre les autres de soutenir les enjeux qui vous tiennent à cœur, vos stratégies, vos propositions et votre législation.

Cela est particulièrement vrai lors des élections, lorsque les partis politiques ou les personnes candidates font campagne pour obtenir des votes et être élus.

Les publicités électorales sont conçues pour faire appel à nos **émotions**. Elles tentent d'établir un lien personnel avec le public en faisant appel à différentes émotions, telles que l'espoir, la peur, l'anxiété, l'indignation, le patriotisme et la compassion. Si de nombreuses publicités électorales adoptent un ton sérieux, les messages persuasifs peuvent aussi faire appel à l'humour pour attirer des personnes qui ne s'intéressent généralement pas à la politique.

De façon générale, la publicité électorale utilise les mêmes techniques de persuasion que la publicité commerciale. Parmi les techniques de persuasion les plus couramment utilisées lors d'une élection, on peut citer les suivantes :

- **L'utilisation de slogans ou de phrases d'accroche :** Les slogans et les phrases d'accroche peuvent réduire des questions ou des idées complexes en de simples messages faciles à retenir, rendant ainsi les idées ou les arguments plus convaincants. Ces formules permettent de rappeler aux électrices et aux électeurs les idées clés du parti ou des personnes qui font campagne.
- **L'alarmisme :** Cette technique met l'accent sur les menaces et les dangers, voire les exagère, pour donner l'impression que quelque chose de terrible se produira si nous ne changeons pas de comportement. Cette technique présente souvent le pire scénario de ce qui pourrait arriver si une personne candidate était élue ou si une politique était adoptée. Les publicités axées sur les menaces pesant sur la sécurité nationale, l'effondrement de l'économie ou la sécurité personnelle sont souvent des exemples de persuasion fondée sur la peur.
- **L'instillation d'un sentiment d'espoir en un avenir meilleur :** Cette technique met l'accent sur la promesse d'un avenir meilleur. Ces publicités inspirent l'optimisme et le sentiment que tout est possible, encourageant les personnes qui votent à croire en de meilleurs lendemains si une personne candidate ou un parti particulier est élu.
- **Le recours à la logique « nous contre eux » :** Cette technique oppose les partisans et partisanes d'une personne candidate ou d'un parti particulier à un autre groupe. Les publicités électorales tentent de renforcer la solidarité entre les personnes qui soutiennent une personne candidate ou un parti tout en diabolisant l'opposition. Elles créent des divisions, afin de renforcer un sentiment de loyauté envers un « groupe interne » (ou endogroupe) et un sentiment d'opposition à l'égard d'un « groupe externe » (ou exogroupe).
- **Le recours à la logique du « gros bon sens » :** Cette technique consiste à présenter les politiques comme évidentes, totalement acceptables ou incontestables, afin de décourager la pensée critique ou l'opposition.
- **L'appel à un passé nostalgique :** Cette technique consiste à présenter le passé comme une « meilleure » époque, afin de persuader les personnes qui votent que le retour à cette époque est la solution aux problèmes actuels. Cette référence au passé fait souvent appel à des images idéalisées d'une période durant laquelle la société était plus simple et plus prospère. Elle peut raisonner chez les personnes qui se sentent déconnectées du présent ou qui estiment que celui-ci est chaotique et qu'un changement est nécessaire.