



Plan de leçon

Titre

Élections: Choisis ou subis!

- **Création d'une publicité pour inciter les jeunes à voter.**

Groupes cibles

De la 5^e à la 11^e année

(l'enseignant peut avoir besoin d'adapter l'activité pour atteindre les résultats d'apprentissage fixés pour ce niveau scolaire)

Aperçu

Dans cette activité, les élèves créent des publicités d'une durée de 30 secondes à 1 minute utilisant la technologie afin d'encourager la participation aux élections.

Objectifs

Dans cette activité, les élèves vont...

- comprendre que voter est un élément essentiel de la démocratie participative
- reconnaître que l'apathie des jeunes électeurs est un problème au Canada (utiliser des statistiques/données)
- mettre en œuvre un plan visant à accroître la participation aux élections [auprès d'un public cible précis]
- démontrer des compétences en écriture d'un texte persuasif
- démontrer des compétences oratoires persuasives
- mettre en pratique et démontrer des compétences dans l'enseignement de la technologie
- démontrer la responsabilité sociale

Activités et méthodes (connaissances préalables requises)

- Comprendre les notions et les techniques publicitaires (refrain publicitaire, logo, slogan, auditoire, etc.).
- Contexte de la démocratie; pourquoi il est important de voter → Charte des droits et libertés.
- Compétences en montage cinématographique (MovieMaker, iMovie, etc.).

... suite

Activités et méthodes (suite)

Activités en classe

1. Présenter trois ou quatre messages d'intérêt public (MIP) portant sur des enjeux qui serviront à analyser des techniques de publicité efficaces. Les élèves utilisent une liste de contrôle rédigée par l'enseignant (voir [annexe](#)) pour analyser les techniques publicitaires (y compris le logo, la devise, la musique, le slogan) et les approches publicitaires (choc, humour, appel aux sentiments). Les élèves définissent également l'enjeu et le public cible (voir des exemples de MIP ci-dessous ou choisir vos propres exemples).

<http://www.youtube.com/watch?v=8-pw9I8UqnA&feature=related>

Fumée secondaire – drôle

<http://www.youtube.com/watch?v=JndtG8Y7yfw&NR=1>

Non-fumeur 2 minutes – drôle

<http://www.youtube.com/watch?v=AgH4h4KMoGk>

Publicité de dresseur de chats – drôle

<http://www.youtube.com/watch?v=AbBq29qGxaA>

Terry Tate: Faire sortir le vote – drôle

<http://www.youtube.com/watch?v=jEoSJSGuXa0>

Mères contre l'alcool au volant – triste

<http://www.youtube.com/watch?v=qpYq9CBZoKQ>

L'alcool au volant – choc

<http://www.youtube.com/watch?v=1yq0tMYPDJQ>

Publicité pour Obama – célébrité, musique

http://www.youtube.com/watch?v=tU97ktde_bg&feature=related

Publicité contre le tabac – « Rafraîchisseur d'air » – drôle

2. Analyser en groupe les techniques et les approches utilisées dans l'annonce ou les annonces publicitaires, et en discuter.

... suite

Activités et méthodes (suite)

Activités en classe

3. Transmettre l'information aux élèves: une boîte de publicité est venue vous voir avec un problème précis. Ce problème, c'est l'apathie des électeurs. Voir les statistiques disponibles auprès d'Élections C.-B.:
<http://www.elections.bc.ca/index.php/resource-centre/statistics-and-surveys>
(cliquer sur Participation des électeurs par groupe d'âge)
4. La tâche consiste à créer une publicité télévisée pour encourager la participation démocratique.
 - a) Soumettre une proposition écrite pour votre publicité. Cette dernière doit avoir les caractéristiques suivantes:
 - justification: pourquoi nous avons utilisé cette approche pour nous attaquer à la question de l'apathie des électeurs
 - notre public cible a entre 18 et 24 ans (l'enseignant pourrait l'étendre à d'autres publics cibles (cols bleus, personnes âgées, populations migrantes, etc.)
 - approche utilisée: humour, choc, appel aux sentiments, etc. (voir la [liste de contrôle](#))
 - techniques utilisées: refrain publicitaire, slogan, logo, narrateur ou action en direct (voir la [liste de contrôle](#))
 - attribution des rôles à l'intérieur du groupe (ou des groupes – à la discrétion de l'enseignant)
 - scénario de votre publicité au complet
 - le plan est soumis à l'enseignant à des fins de révision et d'approbation.
 - b) Tournage de la publicité
 - c) Montage de la publicité
 - d) Présentation de la publicité au reste de la classe
 - e) Facultatif: Critique du projet/critique de film par les pairs
 - f) Évaluation (individu, pair, groupe, enseignant)

... suite

Activités et méthodes (suite)

Activités connexes

Si désiré, vous pouvez également faire créer à vos élèves une campagne publicitaire complète de lutte contre l'apathie des électeurs. Les activités connexes peuvent comprendre:

- la coordination d'événements
- de la publicité imprimée (affiche, magazine)
- des éléments visuels (tee-shirts, épinglettes, macarons, etc.)

Note: Ce projet peut être présenté sous la forme d'un sketch en direct pour ceux qui n'ont pas accès à la technologie visuelle.

Préparation (par le professeur et les élèves)

- Liste de contrôle pour l'analyse des publicités (voir [annexe](#))
- Réserver le matériel technique (caméras, laboratoire, etc.)

Durée de l'activité

- Cette activité est à la discrétion de l'enseignant.
- L'activité d'analyse de la publicité et la description du projet devrait prendre 60 minutes.
- Rédaction du scénario: la durée dépend du niveau et des contraintes de temps.
- Tournage: de 30 minutes à 1 heure.
- Montage: de 1 à 2 heures.

Résultats d'apprentissage

- Définir et clarifier le problème (apathie des électeurs) ou le sujet de recherche (tous les niveaux).
- Expliquer comment un Canadien peut provoquer un changement à l'échelon fédéral ou provincial (11^e année).
- Mettre en œuvre un plan d'action pour aborder un enjeu local ou international choisi (5^e année A6, 6^e année A5, 7^e année A1).
- Cette activité atteint d'autres résultats d'apprentissage (français, technologie, sensibilisation aux médias, responsabilité sociale).

Matériels et ressources

- Vidéo ou liens vers des vidéos démontrant des techniques publicitaires (exemples cités ci-dessus)
- Liste de contrôle des techniques publicitaires (voir annexe)
- Caméras pour le tournage
- Laboratoire pour le montage (MovieMaker, iMovie, etc.)

Évaluation de l'activité

Proposition écrite

- Justification: pourquoi vous croyez que votre stratégie fonctionnera
- Utilisation d'un discours persuasif dans le scénario
- Démonstration de la compréhension et de l'utilisation des techniques publicitaires dans le scénario
- Le message sur l'apathie des électeurs est clair, évident (répété)

... suite

Évaluation de l'activité (suite)

Présentation visuelle

Les enseignants et les élèves peuvent créer des critères d'évaluation portant notamment sur:

- le contenu: message clair, appel évident au public cible, utilisation appropriée des stratégies
- la présentation: bien répété/mémorisé, clair, facilement compréhensible, bien visible, participation de tous les membres du groupe

Voir également les normes de rendement en matière de responsabilité sociale.

Note de participation au travail en classe

Critique des projets par les pairs

Présenté par:

Ashley Bakker, École secondaire R.E. Mountain, district scolaire n° 35 (Langley)

Brenda Ball, École secondaire Fleetwood Park, district scolaire n° 36 (Surrey)

Paul Boyd, École secondaire Charles Bloom, district scolaire n° 22 (Vernon)

Nimfa Casson, École élémentaire Sunset, district scolaire n° 85 (Vancouver Island North)

Sharon Hall, École Duncan, district scolaire n° 79 (Cowichan Valley)

NOTE: Les idées et les opinions exprimées dans cette activité de classe sont celles de leurs auteurs et ne représentent pas nécessairement celles de l'Assemblée législative de la Colombie-Britannique. Le bureau de l'Enseignement public et à distance n'apporte des modifications que dans un besoin de précision.

Droit d'auteur © : Le président de l'Assemblée législative de la Colombie-Britannique consent à la reproduction de ce document à des fins éducatives et d'information uniquement. Toute utilisation commerciale ne sera possible qu'avec l'autorisation écrite du président de l'Assemblée législative.

Liste de contrôle pour l'analyse de la publicité

<p>Publicité n° 1: _____</p> <p>Définir l'enjeu/le problème: _____</p> <p>Public cible: _____</p> <p>Techniques:</p> <ul style="list-style-type: none"> <input type="radio"/> musique <input type="radio"/> narration <input type="radio"/> slogan ou refrain publicitaire <input type="radio"/> logo <input type="radio"/> texte <input type="radio"/> interprétation <p>Stratégies</p> <ul style="list-style-type: none"> <input type="radio"/> humour <input type="radio"/> images ou déclarations chocs <input type="radio"/> appel aux sentiments (tristesse, tension, charme) <input type="radio"/> jeux de mots <input type="radio"/> argumentation <p>J'ai (je n'ai pas) trouvé cette publicité efficace parce que:</p>	<p>Publicité n° 2: _____</p> <p>Définir l'enjeu/le problème: _____</p> <p>Public cible: _____</p> <p>Techniques:</p> <ul style="list-style-type: none"> <input type="radio"/> musique <input type="radio"/> narration <input type="radio"/> slogan ou refrain publicitaire <input type="radio"/> logo <input type="radio"/> texte <input type="radio"/> interprétation <p>Stratégies</p> <ul style="list-style-type: none"> <input type="radio"/> humour <input type="radio"/> images ou déclarations chocs <input type="radio"/> appel aux sentiments (tristesse, tension, charme) <input type="radio"/> jeux de mots <input type="radio"/> argumentation <p>J'ai (je n'ai pas) trouvé cette publicité efficace parce que:</p>
<p>Publicité n° 3: _____</p> <p>Définir l'enjeu/le problème: _____</p> <p>Public cible: _____</p> <p>Techniques:</p> <ul style="list-style-type: none"> <input type="radio"/> musique <input type="radio"/> narration <input type="radio"/> slogan ou refrain publicitaire <input type="radio"/> logo <input type="radio"/> texte <input type="radio"/> interprétation <p>Stratégies</p> <ul style="list-style-type: none"> <input type="radio"/> humour <input type="radio"/> images ou déclarations chocs <input type="radio"/> appel aux sentiments (tristesse, tension, charme) <input type="radio"/> jeux de mots <input type="radio"/> argumentation <p>J'ai (je n'ai pas) trouvé cette publicité efficace parce que:</p>	<p>Publicité n° 4: _____</p> <p>Définir l'enjeu/le problème: _____</p> <p>Public cible: _____</p> <p>Techniques:</p> <ul style="list-style-type: none"> <input type="radio"/> musique <input type="radio"/> narration <input type="radio"/> slogan ou refrain publicitaire <input type="radio"/> logo <input type="radio"/> texte <input type="radio"/> interprétation <p>Stratégies</p> <ul style="list-style-type: none"> <input type="radio"/> humour <input type="radio"/> images ou déclarations chocs <input type="radio"/> appel aux sentiments (tristesse, tension, charme) <input type="radio"/> jeux de mots <input type="radio"/> argumentation <p>J'ai (je n'ai pas) trouvé cette publicité efficace parce que:</p>