



LEÇON

Années scolaire : 5e primaire à 5e secondaire

Au sujet de l'auteur : Cet exercice a été conçu par James Warkentin dans le cadre du cours Media Education donné par John Pungente à la Faculté de l'Éducation de l'Université du Manitoba, 1992.

Durée : Environ 4 heures

Les élections et les médias

Aperçu

Règle générale, le processus électoral reçoit une vaste couverture médiatique. Les médias sont à ce point présents qu'ils contribuent non seulement à accroître dans une large mesure les frais d'une campagne électorale, mais à façonner l'image d'un politicien.

Afin d'être un jour un électeur éclairé, il importe que chacun d'entre nous puisse être capable de réfléchir sur l'influence des médias dans le processus démocratique électoral, de comprendre et d'analyser les différents messages émanant tant du discours des politiciens que de la personnalité des hommes et femmes politiques eux-mêmes.

Intentions

- Reconnaître que les médias construisent une certaine réalité et identifier les façons dont ils s'y prennent.
- Comparer le pour et le contre dans l'utilisation des différents médias.
- Prendre conscience des émotions suscitées par la musique.
- Analyser la publicité électorale à travers les symboles, les couleurs utilisées, etc.
- Visiter les locaux de production d'un média.
- Mettre sur pied un groupe responsable de la campagne publicitaire d'une élection en classe.

Préparation/Documents

- Publicité électorale imprimée (les enfants peuvent également apporter de chez eux leurs propres images)
- Publicité radiophonique et télévisuelle
- Éditoriaux journalistiques et caricatures
- Caméra vidéo
- Magnétoscope



Déroulement suggéré

1. Après avoir demandé à des groupes d'élèves de rassembler du matériel publicitaire électoral, ceux-ci liront, visionneront, écouteront et classeront l'ensemble de ce corpus. Les catégories pourraient être basées sur le type de média, le message véhiculé (« Nous sommes les meilleurs, ils sont nuls »), l'impact de la publicité, etc. Les groupes dévoileront leurs recherches au reste de la classe.

De concert avec la classe, choisir un média électronique qu'on examinera à la loupe. Dans cette partie de l'exercice, on analysera principalement :

- Les mots qui sont mis de l'avant dans le texte ;
- La taille des titres ;
- Les couleurs ;
- L'angle, le cadre et le sujet des photos ;
- Le style et le rythme des musiques utilisées.

On prendra note ici des éléments qui sont absents de ce matériel (noms des adversaires, les couleurs des adversaires, les questions controversées, etc.).

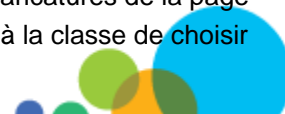
Réaliser avec la classe un tableau **inclusion/exclusion**. Chaque groupe identifie cinq éléments : de là, les élèves s'interrogent à savoir pourquoi certains éléments ont été inclus ou exclus de certaines campagnes électorales ; les idées de chaque groupe sont partagées avec l'ensemble de la classe. On en profitera pour se demander ce que nous fait ressentir l'inclusion d'un élément (ex. musique rythmée en opposition avec aucune musique).

Demander aux élèves d'analyser individuellement une photographie d'un politicien et de décider s'ils l'utiliseraient dans le cadre d'une campagne électorale. Donner les raisons de l'inclusion ou de l'exclusion de cette photo.

En petits groupes, demander aux élèves de réaliser une seconde analyse, mais cette fois-ci à partir d'un journal :

- Combien de photos et d'articles font référence au candidat qui mène dans la campagne électorale ?
- Où sont-ils placés ?
- Sont-ils opposés aux autres candidats ?
- Cet agencement de photos et d'articles modifie-t-il au fil des changements de popularité d'un candidat ?
- Qu'est-ce que les photos « racontent » au sujet des candidats ?
- Ces photos ainsi que diverses citations de journaux sont-elles utilisées par les candidats dans leur publicité électorale ?
- Pourquoi ?
- Sur quels aspects d'un candidat ou de la campagne la caricature en page éditoriale met-elle l'accent ?

Les élèves de la classe font une cueillette des différentes caricatures politiques. Leur demander d'écrire une phrase ou deux afin d'expliquer pourquoi chaque caricature a été incluse. Afficher bien en vue les caricatures de la page éditoriale de la semaine. Discuter des messages véhiculés par les caricatures et demander à la classe de choisir sa préférée.



2. Organiser une sortie dans les locaux d'un média (journal, chaîne de télé, station radiophonique, agence de publicité, station radiophonique) ou faire venir en classe une personne travaillant dans les médias. Discuter du tableau **inclusion/exclusion**. La formulation des questions est une partie importante de l'exercice.
3. Après avoir regardé le matériel produit par un des médias, demander aux groupes de classer les publicités de la campagne par ordre d'efficacité et leur demander de préparer leurs arguments. Les élèves devraient peser le pour et le contre en se servant des différents médias disponibles. (Suggérer que les élèves fassent certaines recherches, par exemple, trouver le coût d'une publicité de 30 secondes à la télévision ou à la radio).
4. Demander aux groupes de produire une publicité pour la télé ou la radio qui aidera à faire élire leur candidat vedette (un élève de la classe, par exemple). Le respect des échéanciers ainsi que l'utilisation efficace d'un équipement vidéo sont nécessaires à la réussite de cet exercice.

Évaluation

Tâches individuelles : cueillette des caricatures, évaluation des dessins éditoriaux ou des photos, participation et coopération.

Travail en groupe : tâches réalisées en cours (médias pour et contre), évaluation des pairs (publicités terminées) et autoévaluation en tant que membre d'un groupe. Les stratégies de coopération devraient avoir joué un rôle important dans le travail d'équipe. L'évaluation par les pairs est souvent plus directe et honnête que celle du professeur.

Rétroaction : Demander aux élèves d'écrire leurs commentaires sur ce qu'ils ont appris, aimé ou moins aimé, et sur ce qu'ils amélioreraient dans l'exercice.

