



KidActions

P5: Des campagnes réussies

Educational Toolkit

Funded by the Rights, Equality
and Citizenship Programme (2014-2020)
of the European Union



APERÇU

Domaines couverts :

Comprendre	Prévenir	Répondre
------------	----------	----------

Domaines du SEL :

Conscience de soi	Autogestion	Sensibilisation sociale	Compétences relationnelles	Prise de décision responsable
-------------------	-------------	-------------------------	----------------------------	-------------------------------

Audience :

11-13	14-18
-------	-------

Durée : **45 minutes**

Résultats de l'apprentissage :

Les apprenants seront capables de :

- Identifier les caractéristiques d'une campagne réussie.
- Envisagez des stratégies pour communiquer des messages clés à une communauté.

Vocabulaire clé : **cyberintimidation, campagne, émotions, caractéristiques, stratégies, succès, impact, communication, défis.**

Ressources : **Google Slides, feuille de travail "Qu'est-ce qui fait le succès d'une campagne ?" (diapositive 6)**

Questions clés :

- Pouvez-vous penser à des campagnes mémorables que vous avez vues récemment (en ligne ou hors ligne) ?
 - Qu'est-ce qui a rendu la campagne mémorable ?
 - Quelles émotions avez-vous ressenties ?
 - Qu'avez vous fait après avoir vu cette campagne ? Quelles sont les caractéristiques d'une campagne réussie ?
- Comment pourriez-vous utiliser une campagne dans votre communauté pour lutter contre la cyberintimidation ?
 - Quels sont vos messages clés ?
 - Qui est votre public ?
 - Comment allez-vous atteindre votre public cible ?

- Que voulez-vous qu'ils fassent ?

PLAN D'ACTIVITÉ :

Activité de démarrage (10 minutes)

Vous vous souvenez de moi ?

Commencez par poser aux apprenants les questions suivantes sur les campagnes :

- Pouvez-vous penser à des campagnes mémorables que vous avez vues récemment (en ligne ou hors ligne) ?
 - Qu'est-ce qui a rendu la campagne mémorable ?
 - Quelles émotions avez-vous ressenties ?
 - Qu'avez vous fait après avoir vu cette campagne ?

Demandez aux apprenants s'ils ont vu des campagnes mémorables mais qui ont provoqué des émotions négatives, par exemple le dégoût, la colère, la peur, l'incrédulité, l'énervement, etc. Discutez de l'efficacité des campagnes qui provoquent ces réactions : les gens font-ils ce que la campagne voulait faire ? Ou peut-être le contraire !

Les campagnes peuvent parfois devenir controversées si leurs messages sont.. :

- Peu clairs
- Diviser
- Enracinés dans l'opinion plutôt que dans les faits
- Discriminatoires
- Ils sont sourds - ils ignorent certains groupes de la société ou les nouvelles/problèmes actuels de la société.
- Ils conseillent de ne pas faire quelque chose, plutôt que de promouvoir ce que les gens devraient faire.

Activité (25 minutes)

Qu'est-ce qui fait le succès d'une campagne ?

Donnez aux apprenants le temps, pendant la session, de rechercher les campagnes qui ont été couronnées de succès dans leur pays. Il peut s'agir de campagnes menées par des médias traditionnels, des plateformes en ligne ou les deux.

Une campagne réussie est une campagne qui a entraîné un changement dans l'opinion publique, les politiques, les lois ou les comportements. Idéalement, les campagnes étudiées devraient être celles qui ont entraîné un changement largement reconnu comme positif ! Cependant, il y a aussi

beaucoup à apprendre des campagnes controversées dont l'effet net peut être considéré comme négatif.

(Vous pouvez également demander aux apprenants de faire des recherches à la maison avant la session et d'apporter des exemples avec eux pour en discuter lors de la session).

A l'aide de la fiche de travail de la diapositive 6, demandez aux apprenants de travailler en binômes ou en petits groupes pour discuter des campagnes qu'ils ont choisies et de remplir la fiche de travail pour identifier les caractéristiques qui ont fait le succès de ces campagnes.

Plénière (10 minutes)

Laissez le temps aux apprenants de faire part de leurs réflexions sur ce qui fait le succès d'une campagne et discutez-en en groupe.

Demandez aux apprenants de réfléchir à la question suivante et de rassembler leurs premières réflexions :

- Comment pourriez-vous utiliser une campagne dans votre communauté pour lutter contre la cyberintimidation ?

Discutez brièvement de la communauté qu'ils pourraient choisir (par exemple, communauté locale, communauté scolaire, groupe de jeu en ligne, groupe/plateforme de médias sociaux, etc.) et de leur public clé (par exemple, tous les membres, ceux qui pratiquent l'intimidation, ceux qui sont spectateurs lorsqu'ils voient l'intimidation, ceux qui sont ciblés par l'intimidation).

Si vous prévoyez de créer une campagne de cyberintimidation avec vos apprenants, il est utile d'enregistrer ces réponses pour vous y référer lors de l'élaboration de la campagne.