Parcours Élections Régionales

Les affiches électorales

OBJECTIFS

- Être capable d'analyser et de comparer des affiches électorales.
- Développer son esprit critique.
- Aborder la notion de marketing politique.

COMPÉTENCE(S) MAJEURE(S) ACQUISE(S)

- Analyser et comparer des supports de communication visuelle.

SOCLE COMMUN

- Domaine 2 : Les méthodes et outils pour apprendre

Médias, démarches de recherche et de traitement de l'information

- Domaine 3 : la formation de la personne et du citoyen

Réflexion et discernement

DESCRIPTION

Au cours de cette activité, les participant.e.s seront amené.e.s à déchiffrer les affiches des listes candidates aux élections régionales.

DURÉE

50 minutes

RESSOURCES

- Pour aborder la notion de marketing politique
- Article : Les apparats d'éligibilité sur les affiches des élections municipales de 2020
- Article de presse : Présidentielle : on a soumis les 12 affiches de campagne à une chercheuse en communication politique

MATÉRIEL NÉCESSAIRE

- Tableau d'analyse
- Affiches électorales choisies (reproductions ou projection)

Method

POUR COMMENCER :

En amont de la séance, choisir 4 affiches électorales à étudier. À vous de faire votre choix pour sélectionner ces 4 affiches, selon les critères qui vous paraissent les plus pertinents : celles des plus gros partis, ou au contraire celles des plus petits, ou bien encore celles qui correspondent à des thèmes précis (environnement, éducation, Union européenne…).

ÉTAPE 1 : CONSTITUTION DES GROUPES ET CONSIGNE (5') :

- Constituer 4 groupes (ou plus selon la taille du groupe entier) et présenter les objectifs et le programme de la séance.
- Expliquer aux participants pourquoi ces affiches ont été sélectionnées parmi toutes les autres.
- Projeter les affiches (ou distribuer leur version imprimée) et distribuer le ***Tableau comparatif*** à chacun des groupes.

ÉTAPE 2 : ANALYSE DES AFFICHES PAR GROUPE (15') :

- Demander aux participants d'analyser leur affiche en remplissant le ***Tableau comparatif***.

ÉTAPE 3 : RESTITUTION (20') :

- Chaque groupe présente aux autres son analyse de l'affiche étudiée. Le groupe doit partager l'interprétation qu'il a fait de l'affiche et montrer comment le design de l'affiche transmet des informations sur la liste candidate ou la tête de liste. L'animateur.rice peut apporter des explications ou des compléments éventuels.
- Pour chaque affiche, prendre en note au tableau ce qu'elles évoquent et ce qu'elles ont l'air de transmettre (émotions, représentations, idées politiques, etc...). Les participant.e.s peuvent échanger et confronter leurs points de vue.
- Chacun.e aura ainsi analysé ou entendu l'analyse de toutes les affiches.

ÉTAPE 4 : BILAN (10') :

- Mettre en commun les analyses et introduire la notion de marketing politique.
- Après avoir décrypté les affiches et écouté les hypothèses des participant.e.s sur les opinions politiques des candidat.e.s, demander aux participant.e.s ce qui les a surpris et ce qu'ils.elles retiennent de la séance.

VARIANTES ET PROLONGEMENTS

Selon le temps dont vous disposez, vous pouvez étudier d'autres affiches électorales de votre ville et inciter les jeunes à les regarder, en particulier celles qui sont présentes dans le paysage de la commune (devant les mairies, les établissements scolaires, etc...).

DISCUSSIONS ET PERSPECTIVES

Vous pouvez par exemple poser les questions suivantes aux participant.e.s :

- Un.e candidat.e politique est-il.elle un produit comme un autre ?
- Une affiche politique est-elle une publicité comme une autre ?
- Vote-t-on pour des programmes politiques ?
- Quels autres facteurs peuvent influencer un vote ?