

# Communication politique – À toi de jouer! ①

Lors d'une campagne électorale, il s'agit de convaincre les électeur·trice·s de ses propres qualités et idées. Dans ce contexte, le contenu joue un rôle, mais aussi, dans une large mesure, la représentation visuelle. Les exercices suivants permettent aux apprenant·e·s de renforcer leurs compétences en matière de persuasion.

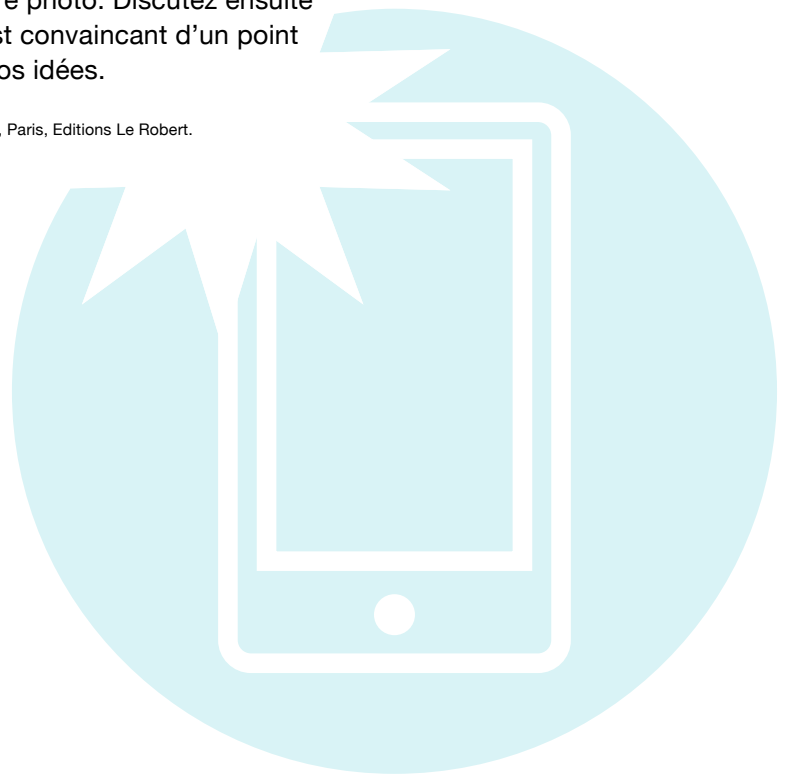


## TA PHOTO POUR L’AFFICHE ÉLECTORALE

Les prochaines élections approchent et les candidat·e·s doivent disposer de photos-portraits pour les affiches électorales. Comme tu souhaites être élu·e, tu as besoin d'un photo-portrait officiel et attrayant. Fais-toi photographe dans une pose qui te semble appropriée pour une affiche électorale. Pense à l'expression de ton visage, ta posture, ta tenue et ton charisme. Qu'en est-il de la lumière et de l'arrière-plan ?

Partage ta photo avec la classe (padlet, équipes, etc.). Votez pour celui-celle qui a fourni la meilleure photo. Discutez ensuite des facteurs qui font qu'un portrait est convaincant d'un point de vue politique. Faites une liste de vos idées.

D'après une idée de Stéphane de Freitas, 2018, Porter sa voix, Paris, Editions Le Robert.



# Communication politique – À toi de jouer! ②



## L'ENTRAÎNEMENT DES SUPERHÉROS

### Étape 1 – Préparation

L'objectif de cet exercice est de se présenter de façon la plus positive que possible. La représentation des qualités est exagérée : tout devient performance. Par exemple : « Je suis le meilleur cuisinier de ma génération » ou « Je suis la footballeuse la plus douée du pays ». Vous pouvez par ailleurs inviter les élèves à vendre un objet « banal », par exemple un verre d'eau vide ou un ballon de football invisible. Les élèves préparent leur présentation.

### Étape 2 – Présentation (5 minutes)

L'élève peut occuper l'espace librement : il peut prononcer un discours simple, chanter ou même apprendre une chorégraphie. Il ne s'agit pas ici d'avancer un argument valable, mais de tout pousser à l'extrême, de manière à ce que les déclarations ne fassent plus sens.

### Étape 3 – Débriefing (2 minutes)

Le groupe donne un feed-back aux candidat-e-s, notamment sur la question de savoir si la performance, les gestes et les expressions du visage correspondent à la qualité mise en évidence. Parfois, il n'apparaît pas clairement de quelle qualité il s'agit. Dans ce cas, il faut aussi demander aux candidat-e-s s'ils-si elles en étaient conscient-e-s et pourquoi, selon eux-elles, ils-elles n'ont pas réussi à la mettre en avant.

Enfin, l'aspect politique et sociétal de cet exercice, notamment en ce qui concerne la publicité électorale, peut également être discuté.

- Un regard, un geste, un slogan peuvent-ils à eux seuls convaincre ?
- Est-il acceptable de recourir à l'exagération quand on souhaite convaincre quelqu'un ?

