

# Faire la publicité des droits humains

*Parlons des droits humains au monde entier !*



Complexité



8-13 ans



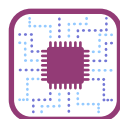
60-90 minutes



4-30



Droits Humains



Environnement numérique

## Type d'activité

Histoire à raconter, dessin, écriture, théâtre

## Aperçu

Les enfants conçoivent un spot publicitaire sur les droits de l'enfant.

## Objectifs

- Développer un esprit critique eu égard à la publicité et aux médias
- Exercer sa créativité et ses aptitudes à la communication
- Approfondir sa compréhension des droits humains
- Imaginer des façons de promouvoir les droits de l'enfant

## Préparation

Si possible, procurez-vous des équipements vidéo pour enregistrer les publicités ou utilisez un téléphone mobile.

Les enfants devront déjà être familiarisés avec les droits de l'enfant. Sinon, rendez-vous à la rubrique « Adaptations » pour des suggestions.

## Matériels

- Papier et fournitures pour peindre et dessiner

## Instructions

1. Divisez les enfants en groupes de trois ou quatre. Expliquez-leur que l'objectif est de faire de la publicité pour les droits de l'enfant. Chaque groupe va devoir réaliser une publicité pour la télévision ou internet d'une à trois minutes, afin de favoriser une meilleure compréhension ou une prise de conscience d'un droit spécifique.
2. Demandez aux enfants de décrire des publicités qui ont retenu leur attention. Invitez-les à réfléchir à ce qui fait l'efficacité d'une publicité (formules percutantes, effets sonores, musique choisie, humour, messages graves).
3. Expliquez que chaque groupe devra décider du public ciblé par sa publicité : se destine-t-elle aux enfants, aux parents, aux enseignants, au grand public ou à tous ces publics ? Invitez-les à réfléchir à d'autres publics possibles et examinez avec eux comment rendre leur publicité attrayante pour le public visé. Donnez quelques exemples si nécessaire, par exemple : qu'est-ce qui pourrait rendre la publicité intéressante pour les parents ? Pour les enfants ?
4. Rafraîchissez rapidement les connaissances des enfants sur les droits de l'enfant, par exemple en faisant un brainstorming sur les droits dont ils se souviennent.
5. Commencez le travail en groupe, en leur rappelant que chacun doit commencer par choisir le droit qu'il souhaite promouvoir et le/les public(s) correspondant(s). Encouragez-les à choisir un droit qu'ils estiment nécessaire de faire mieux connaître, ainsi que le public à informer en priorité. Demandez à un membre de chaque groupe d'indiquer le droit qu'ils ont choisi pour leur publicité, ainsi que le public cible.

6. Une fois le droit choisi, les groupes doivent imaginer comment le faire mieux connaître. Encouragez-les à réfléchir à différentes possibilités : une histoire qu'ils jouent, une chanson qu'ils chantent, un dessin animé pour lequel ils conçoivent un scénarimage. Rappelez-leur que leur spot sera diffusé à la télévision ou sur internet. Il doit donc être attrayant visuellement, comporter de l'action et ne pas se limiter à des dialogues. Compte tenu de sa durée maximale, trois minutes, il ne doit pas non plus être trop compliqué.
7. Circulez entre les groupes pour superviser le travail. Dès qu'un groupe a finalisé son projet, il doit lui donner un titre et commencer à le mettre en scène.
8. Ensuite, rassemblez les groupes pour qu'ils échangent leurs idées et réagissent à leurs projets respectifs. Chaque groupe doit exposer son idée, ainsi que le droit et le public choisis. Ceux qui sont prêts peuvent tenter de jouer leur scénario. Enregistrez toutes les performances avec un appareil photo ou un téléphone portable. Après chaque description ou représentation, encouragez les suggestions constructives et les réactions des autres membres du groupe, en posant des questions telles que :
  - Cette idée plaira-t-elle au public visé ?
  - Pensez-vous qu'elle communiquera clairement le droit dont il est question au public ciblé ?
  - Qu'est-ce qui vous plaît dans les idées présentées ?
  - Avez-vous des suggestions pour les améliorer ?
9. Donnez aux groupes du temps supplémentaire pour peaufiner leurs scénarios et les mettre en scène.
10. Demandez à chaque groupe de présenter son projet et sa mise en scène.

## Débriefing et évaluation

1. Pour le débriefing, posez des questions telles que :
  - Certains aspects de cette activité vous ont-ils particulièrement motivés ou amusés ?
  - Pensez-vous que le public ciblé apprécierait votre publicité ?
  - Les publicités sont-elles toujours bénéfiques ? Pourquoi ?
  - Vos personnages étaient-ils réalistes ? Certains de vos personnages incarnaient-ils des stéréotypes ? Comment pourriez-vous changer cela ?
  - Cette activité changera-t-elle votre façon de regarder les publicités ?
2. Reliez l'activité aux droits humains en posant des questions telles que :
  - Pourquoi votre groupe a-t-il choisi ce droit en particulier ?
  - Pourquoi avez-vous choisi ce public plutôt qu'un autre ?
  - Comment pensez-vous que les gens sont susceptibles de réagir à votre publicité ? Que va-t-elle leur faire penser ou les amener à faire ?
  - Une publicité est-elle un bon moyen de transmettre un message sur les droits humains ? Pourquoi ?
  - Certains droits sont-ils plus difficiles que d'autres à représenter ou à promouvoir par la publicité ?
  - Pourquoi est-ce important que les enfants connaissent leurs droits ?

## Suggestions de suivi

Téléchargez les vidéos réalisées par les enfants sur le site web de votre club ou de votre école, ou créez un blog sur « Nos droits » où vous pourrez poster les vidéos. Veillez à obtenir l'autorisation des parents pour l'utilisation de l'image des enfants figurant dans les vidéos.

Expliquez aux enfants que la plupart des campagnes publicitaires utilisent simultanément la télévision, des publicités dans la presse écrite, comme les magazines et les quotidiens, et l'affichage (kiosques, bus et autres lieux publics). Pour commencer, demandez-leur de rechercher une publicité qu'ils aiment bien, dans la presse écrite ou sur un panneau publicitaire, et d'essayer de comprendre pourquoi elle retient leur attention. Puis invitez-leur à concevoir des supports d'information sur un droit, en deux dimensions. Ces publicités peuvent également être créées sur ordinateur, si la technologie est disponible. Faites-en une exposition pour le centre social ou l'école des enfants.

Soulignez que de nombreuses campagnes publicitaires font appel à une personne connue en guise de porte-parole. Demandez-leur d'en citer des exemples au sein du groupe. Quelle personne voudraient-ils mettre à contribution pour leur publicité ? En quoi cette personne serait-elle un bon choix pour le droit à promouvoir ou le public choisi ?

Discutez avec les enfants du cas d'une vidéo plus longue sur les droits humains qui raconterait une histoire.

- En quoi cela serait-il différent d'une publicité ?
- À quoi faudrait-il penser lors de la rédaction de l'histoire et de la production de la vidéo (par exemple, à la qualité de l'histoire, à des considérations pratiques telles que les dépenses, au message sur les droits humains) ?

## Idées d'action

Dans la mesure du possible, réalisez des vidéos de bonne qualité ! Vous pouvez demander une assistance technique pour l'éclairage et le son, ou le prêt de matériel auprès des chaînes de télévision locales ou des écoles de cinéma. N'oubliez pas, cependant, que même une « mauvaise » vidéo peut être une expérience enrichissante !

Au cas où la réalisation ne serait pas possible, invitez les enfants à jouer les scénarios comme s'ils étaient filmés. Cela pourrait être l'occasion d'une leçon « vivante » pour d'autres enfants et les parents.

Encouragez les enfants à exercer leur esprit critique à propos des publicités visionnées :

- Quel public visent-elles ?
- Quel est le message véhiculé ?
- Que sont censés faire ou penser les spectateurs à la suite de la publicité ?

## Conseils pour l'animateur

Il s'agit d'une activité complexe qui peut être un véritable défi pour les enfants et leur demander d'utiliser de nouvelles compétences (par exemple, écrire des dialogues ou des chansons, développer un scénarimage). L'animateur doit suivre attentivement la progression des groupes, en aidant les enfants à rester concentrés sur leur tâche et en les épaulant si nécessaire.

Certains groupes avanceront plus vite que d'autres. Si l'un d'eux a terminé une étape, donnez-lui les instructions pour la suivante. Donnez aux groupes tout le temps nécessaire pour jouer leur scénario et le revoir sur la base des réactions suscitées.

Utilisez cette activité pour encourager les enfants à faire preuve d'esprit critique eu égard aux publicités et à leur impact, et pour apprendre aux enfants à formuler des critiques constructives et à les mettre à profit lorsqu'ils en reçoivent.

En raison de la nature de la publicité (promouvoir une question complexe en un laps de temps très court), il se peut que les enfants usent de représentations stéréotypées de personnes appartenant à des groupes donnés. Si tel est le cas, les animateurs doivent être prêts à aborder cette question lors du débriefing et/ou des activités ultérieures. Ils doivent au minimum veiller à sensibiliser les enfants au fait que les stéréotypes contribuent de manière importante à alimenter des phénomènes tels que le racisme anti-Roms, l'antisémitisme, la discrimination fondée sur le handicap, l'homophobie, l'islamophobie, le racisme, le sexisme, etc.

## Adaptation

Cette activité suppose une bonne connaissance des droits humains en général et des droits de l'enfant en particulier. Vous pouvez élargir le brainstorming à l'étape 4 de sorte à aborder les caractéristiques générales des droits de l'enfant ou des droits humains. Si les enfants semblent avoir besoin de plus d'informations sur les droits humains, vous pouvez commencer par une activité d'introduction, par exemple « JEUX DE SOCIÉTÉ ». Pour les familiariser avec la CDE, vous pouvez aussi remettre à chacun un article de la convention et lui demander de l'illustrer, avant de le lire à haute voix et de commenter son illustration.