



Soyons informés !

Création d'une campagne de communication par les apprenants, pour les apprenants et le public

| | |
|--|--|
| Type de projet pédagogique, activité, action, accompagnement | PROJET DE RÉALISATION D'UNE CAMPAGNE DE SENSIBILISATION AUTOUR DU THÈME DU CHANGEMENT CLIMATIQUE |
| Mots clés des différentes disciplines/contenu pédagogique | Communication, Citoyenneté, Campagne |
| Problématique | Comment agir en tant que citoyen actif ? Comment agir localement ? Que pouvons-nous faire pour sensibiliser la communauté au changement climatique ? |
| Thème | Valables pour tous les thèmes |
| Disciplines (sciences, géographie...) | Sciences, informatique, langue maternelle, éducation civique |
| Objectifs pédagogiques/ Nouvelles compétences visées | Les apprenants seront capables de : - créer une campagne d'information efficace - créer du contenu pour un public spécifique, impliquer le public - utiliser de nouveaux moyens de communication - s'engager dans une action qui peut être bénéfique à la communauté - faire adhérer des personnes à un projet afin d'atteindre des buts |
| Public(s) cible(s) (âge, compétences pré-requisés ...) | 10 à 14 ans |
| Description (progression étapes par étapes) | Étape 1 : Motivation des apprenants Après que des activités aient été menées autour du changement climatique avec tous les apprenants, l'école les informe de la potentielle création d'une |





équipe en charge d'informer les autres apprenants et la population locale au sujet des risques que présente le changement climatique. Chaque professeur s'efforce de motiver des apprenants à prendre part au projet.

Objectif : atteindre un nombre suffisant d'apprenants pour créer le groupe de travail.

Étape 2 : Lancement du groupe de travail !

Le professeur en charge du projet liste les apprenants intéressés pour passer quelques heures supplémentaires pour travailler à la création d'une campagne de communication afin de sensibiliser la population aux risques que représente le changement climatique en lien avec notre vie quotidienne. Les participants se réunissent pour la première fois et définissent la fréquence de leurs réunions et se décident sur les risques qu'ils veulent adresser dans leur campagne.

Le professeur s'assurera que les apprenants identifient des sujets qui ont un écho fort quant à la réalité dans laquelle ils vivent ainsi que des objectifs qui sont atteignables.

Objectifs :

- mise en place d'un groupe de travail
- mise en place d'un agenda (fréquence des réunions)
- décider des risques à adresser dans la campagne

Étape 3 : Définition du plan de communication

Les apprenants se mettent d'accord sur le média qu'ils comptent utiliser pour leur campagne de communication (Instagram, Facebook, blog...) ainsi que sur le format des contenus (publications sur Facebook, images accrocheuses avec de courts slogans, articles, ...). Ils s'assurent qu'ils auront la possibilité de produire au moins une publication par semaine.

La campagne de communication doit durer toute l'année scolaire et aura pour but de promouvoir un changement de comportement parmi les apprenants et au sein de la population. Le groupe de travail montrera l'exemple de ce changement de comportement.

Objectifs :

- mise en place de l'agenda de la campagne et le rôle de chaque participant





| | |
|--|--|
| | <ul style="list-style-type: none"> - définir les dates buttoirs pour la production de contenu pour qu'il soit publié à temps - impliquer tout le groupe de travail pour qu'il soit la première illustration de ce changement de comportement qu'ils comptent promouvoir <p>Étape 4 : Organisation de l'évènement final</p> <p>L'évènement final sera l'occasion d'exposer les meilleurs travaux réalisés par les apprenants durant la campagne. Le contenu sera sélectionné par les apprenants et prendra aussi en compte la popularité obtenue par chaque production (par exemple le nombre de « j'aime » et de partages d'une publication sur Facebook). Les productions sélectionnées seront reproduites sur des grandes affiches.</p> <p>L'évènement final sera annoncé auprès des autres apprenants de l'école et au public. Il se déroulera dans l'école ou dans un lieu public si cela est possible.</p> <p>Objectifs :</p> <ul style="list-style-type: none"> - définir le contenu qui sera exposé lors de l'évènement final et production des grandes affiches - décider d'une date pour l'évènement final et en faire la promotion - organiser l'aspect logistique de l'évènement final (lieu, horaire, ...) <p>Étape 5 : Évaluation de l'efficacité de la campagne</p> <p>Lors de l'évènement final, les apprenants demanderont aux visiteurs de remplir un Google Form en ligne afin que les apprenants puissent avoir un retour sur l'efficacité de leur campagne. Nous avons suggéré l'utilisation de Google Form pour deux raisons principales : c'est gratuit et les résultats sont affichés sous forme de graphiques. La campagne des apprenants se terminera avec la projection des résultats. Les apprenants du groupe de travail ainsi que les visiteurs rempliront le questionnaire.</p> <p>Objectifs :</p> <ul style="list-style-type: none"> - créer un sondage cohérent pour évaluer la campagne - anticiper la mise en place d'espaces où les visiteurs pourront remplir le questionnaire lors de leur présence à l'évènement final - publier les résultats en ligne et clore la campagne |
| <p>Lieu (salle de réunion, espace extérieur, ...)</p> | <p>Salle de classe, salle informatique, lieux en dehors de l'école</p> |





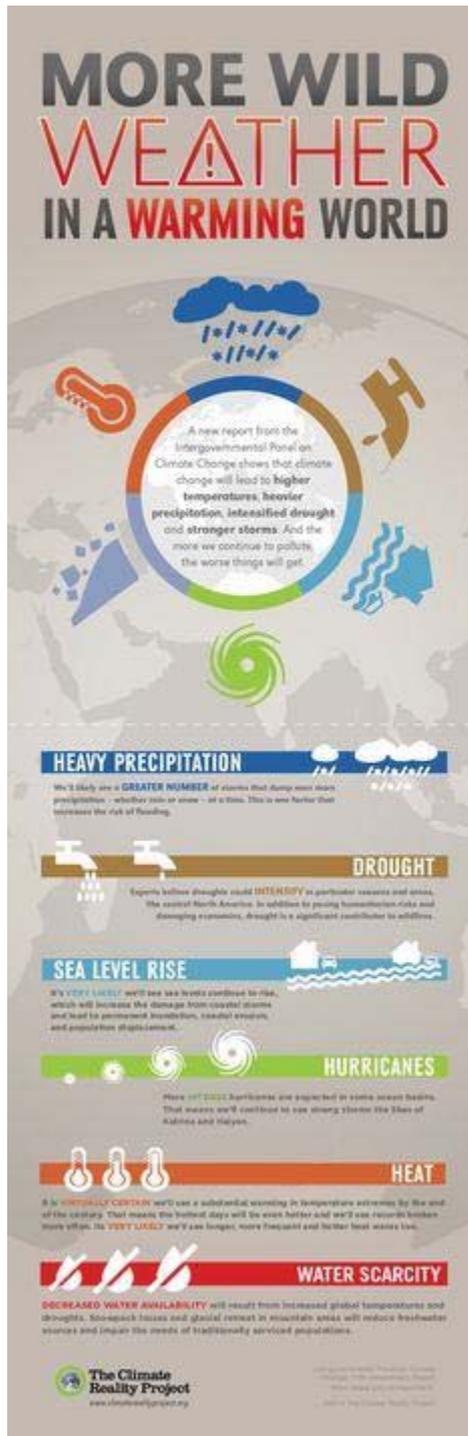
| | |
|--|--|
| Actions collectives et/ou individuelles | Activités de groupes, organisation supervisée, travaux interdisciplinaires avec les professeurs de différentes disciplines |
| Besoin(s) en matériel | Matériel de design, smartphones, ordinateurs, application de génération graphique et de production de texte Exemples d'applications pour la création des affiches <ul style="list-style-type: none"> • https://piktochart.com/formats/posters/ • https://www.canva.com/create/posters/ |
| Durée du projet ou de l'activité pédagogique | Toute l'année scolaire |
| Évaluation des nouvelles compétences acquises. | Les questionnaires Google Form remplis lors de l'évènement final Capacité à mettre en place une campagne de communication Efficacité et créativité du contenu produit Exactitude en termes de connaissances scientifiques des contenus produits |
| Adaptation écocitoyenne, approfondissement des connaissances et liens vers d'autres sujets. | Afin de préparer ce projet : Liens possibles : Fiches d'activités : Mon environnement change, que se passe-t-il ? Dessiner sa réalité climatique Union Européenne Courtes campagnes dans toutes les langues de l'UE (exemples) http://ec.europa.eu/clima/sites/campaign/resources/videos_en.htm Français : <ul style="list-style-type: none"> • https://actu.fr/hauts-de-france/gamaches_80373/college-louis-jouvet-un-defile-recup-et-des-slogans-pour-les-bouchons_5603029.html • https://actu.fr/hauts-de-france/gamaches_80373/college-louis-jouvet-un-defile-recup-et-des-slogans-pour-les-bouchons_5603029.html Grecque : Δείτε το βίντεο του Λουκά Λελόβα, μαθητή του 2ου Γυμνασίου Πρέβεζας που κέρδισε το πρώτο βραβείο στον Πανελλήνιο Διαγωνισμό της ΕΡΤ (2010) : « <i>Κάνε άλμα πιο γρήγορο από τη φθορά</i> » http://www.youtube.com/embed/Za3VmufijXY (vidéo : campagne pour le climat réalisée par un collègue) Italien : |





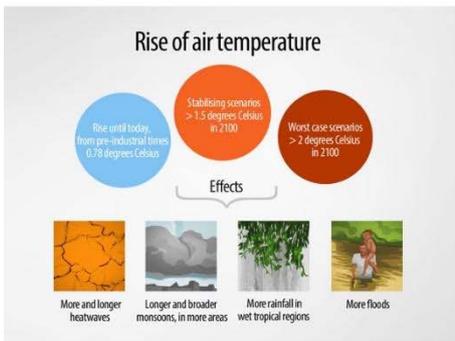
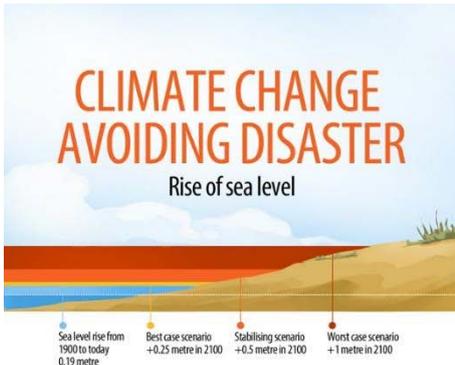
| | |
|----------------------------|--|
| | <p>Article en ITA à propos de l'efficacité d'une campagne de communication: https://www.envi.info/blog/2016/01/04/le-8-campagne-di-sensibilizzazione-ambientale-piu-impattanti/ Mesures éducatives et de prévention : http://www.isprambiente.gov.it/files2019/eventi/educazione-ambientale/EasinSnpa201864ppversioneweb.pdf</p> |
| <p>Observations</p> | <p>La campagne peut inclure du contenu en ligne ainsi que l'organisation d'autres évènements tels que des flashmobs par exemple. Osnovna skola Pucisca, en Croatie, a déjà mené à bien quelques étapes du projet avec des activités se déroulant à l'intérieur de l'école. L'école compte développer ce projet lors de la prochaine année scolaire.</p> |





Exemples d'infographies

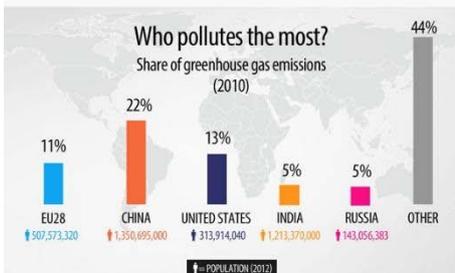




Greenhouse gases – what are they?

| Gas | Source |
|-------------------|--|
| Carbon dioxide | From fossil fuels (coal, oil, gas) |
| Methane | From livestock farming |
| Nitrous oxide | From nitrogen fertilisers, fossil fuels, some industrial processes |
| Fluorinated gases | Used in refrigerators, electronics, pharmaceuticals etc. |

| RESPONSIBILITY FOR MAN-MADE GLOBAL WARMING | | | |
|--|------|-----|-----|
| 63% | 19% | 6% | 12% |
| 2010, INCREASE SINCE PRE-INDUSTRIAL TIMES | | | |
| 39% | 158% | 20% | |



Sources:
Intergovernmental Panel on Climate Change (IPCC)
European Commission

