



# MANIPULATION ET MODÈLE : UN RÔLE À JOUER !



## ANIMATION 3

### INTRODUCTION

Cette animation se vit avec les aînés lors d'une activité entre aînés (lors du précamp ou à tout autre moment de l'année).

### OBJECTIF

Sensibiliser les aînés de la troupe à l'influence qu'ils ont sur les plus jeunes.

À l'issue de l'activité, les aînés auront été sensibilisés au mécanisme manipulateur de la publicité.

De plus, ils auront pris conscience de leur rôle d'exemple pour les plus jeunes.

Temps	Public	Matériel
1h + 30 min	Les aînés de la troupe uniquement.	<ul style="list-style-type: none"><li>Publicités soit en format MP4 soit en format MP3 + illustrations à imprimer (si tu n'as pas d'ordinateur à ta disposition). Disponibles sur <a href="http://www.lesscouts.be">www.lesscouts.be</a> &gt; Télécharger &gt; Alcool.</li><li>Un lecteur MP3 ou autre moyen de diffuser de la musique et un ordinateur pour diffuser les publicités.</li></ul>

**Remarque :** Les phrases de cette animation sont issues du CD-rom *Les jeunes savent pourquoi*, une initiative de l'ASBL Univers santé en collaboration avec la fédération des centres de Jeunes en Milieu Populaire, Média-animation ASBL et le groupe porteur *Jeunes, alcool & Société*.

**Informations :** [www.lesjeunessaventpourquoi.be](http://www.lesjeunessaventpourquoi.be).

### DISPOSITIF

#### Partie 1 : la publicité

- Les aînés de la troupe sont regroupés avec un ou deux animateurs qui diffusent une série de bandes sonores issues de diverses publicités (Eristoff, Coca-Cola, Baileys, Red Bull, Ricard, Duvel, Coca-Cola Zero, Nespresso, Schweppes, Grimbergen). Les éclaireurs doivent exprimer leurs sentiments à l'écoute des bandes sons : étonnement, colère, dégoût, envie, joie, tristesse, peur...
- Les animateurs diffusent ensuite les mêmes publicités en coupant la bande son ou montrent les illustrations. Les éclaireurs réagissent à nouveau en exprimant leurs ressentis (étonnement, colère, etc.).
- Les publicités sont diffusées une nouvelle fois mais dans leur intégralité (son + image). Les éclaireurs identifient avec les animateurs les éléments visuels ou sonores qui créent leurs émotions (personnages, décor, situations, son, etc.).
- Le débriefing lance une réflexion collective autour de la manipulation. Les animateurs attirent l'attention des scouts autour des mécanismes mis en place par les publicitaires pour séduire leur public cible.

#### Questions de débriefing

- Les éléments sonores et visuels ont-ils convaincu ou séduit individuellement ?
- Quels sont les éléments persuasifs ?
- Quels sont les éléments que les éclaireurs auraient insérés dans l'annonce pour convaincre ou séduire ?
- Si les scouts n'ont pas été séduits personnellement, quelle catégorie de consommateurs aurait pu l'être ? Et par quels éléments de l'annonce ?

## Commentaires pour l'animateur

Les publicitaires, via leurs publicités, créent en nous le besoin, le désir... Des publicités qui nous poussent à consommer, à acheter, exerçant une forme de pression.

Certains slogans très connus sont imaginés afin de nous faire adopter des idées. Cette influence dépend des besoins mais aussi des émotions évoquées chez l'individu.

- **Besoin physiologique** : « *Étanche la soif.* »
- **Besoin de sécurité** : « *Lavez vos lainage en toute sécurité* » de Mir Laine.
- **Besoin d'appartenance** : « *On se lève tous pour...* » de Danette de Danone.
- **Besoin d'estime** : « *Parce que vous le valez bien* » de L'Oréal.
- **Besoin d'accomplissement** : « *Yes we can.* » de Barack Obama.

La stratégie veut confronter le consommateur à des besoins réels supposés ou créés.

### Partie 2 : la manipulation

- Au-delà de la publicité, d'autres éléments ou personnes peuvent manipuler. Choisis une illustration qui te parle parmi les photos et dessins proposés et commente-la au reste du groupe. L'animateur relance la discussion avec différentes questions :
  - En quoi, cet élément est, pour toi, manipulateur ?
  - Es-tu conscient de cette manipulation ?
  - Es-tu affecté par cette manipulation ? Explique en quoi ?
  - Comment réagis-tu face à ce type de manipulation ?
  - Et si nous devons compléter le jeu de cartes des manipulateurs, que pourrions-nous dessiner de plus ?

### Partie 3 : en tant qu'aîné à la troupe

- La réflexion sur la manipulation débouche sur une réflexion personnelle quant à son rôle d'aîné à la troupe.
  - Quels sont les comportements dont je suis fier dans mon rôle d'aîné ?
  - Quels sont les comportements adéquats à mettre en place en tant qu'aîné durant le camp ?
- De retour de hike, les animateurs organisent un conseil des aînés pour évaluer les comportements qu'ils ont adoptés jusque-là et pendant les jours gérés en autonomie.
- Pour alimenter la réflexion, l'animateur pose ensuite les questions suivantes : et toi ? As-tu déjà manipulé quelqu'un ? Dans quel cas, face à qui, vis-à-vis de qui ? Les éclaireurs y réfléchissent individuellement. Ceux qui le souhaitent peuvent ensuite leur réfléchir. Le débriefing lance une réflexion collective autour de leur rôle d'aînés vis-à-vis des éclaireurs plus jeunes (rôle d'exemple, manipulation, etc.).

### Influence ou manipulation ?

Influencer, c'est « agir sur » dans le but de « produire un effet », « entraîner ». Alors que manipuler, c'est « faire subir des modifications plus ou moins honnêtes » ; « influencer habilement un groupe ou un individu pour le(s) faire penser et agir comme on le souhaite » (Petit Robert 2013). L'influence peut donc être honnête (ou pas) alors que la manipulation n'a d'autre finalité que celle de satisfaire des objectifs propres au manipulateur.

À la troupe, les aînés influencent les plus jeunes, le plus souvent en toute honnêteté, dans le respect de l'autre et de sa manière de penser. Et cela ne pose pas de problème : on grandit, on s'éduque, on évolue suite à toutes ces influences reçues. D'ailleurs, les animateurs ont eux aussi un rôle de modèle, une certaine influence sur la troupe...

**« Mais je les influence quoi que je fasse... » Que répondre à ce type d'interpellation ?**

Toute communication, verbale ou non verbale, influence... La question n'est donc pas de savoir si on va influencer l'autre. Mais quelle influence tu vas exercer sur lui et surtout avec quelle intention (respectueuse ou non) ?

**Pour aller plus loin, consulte le cahier *Balises pour l'animation scout* > Relations > Questions fréquentes > La manipulation.**

