

Des arguments pour le port du couvre-visage

Des arguments simples et complexes

ARGUMENT 1:

Tout le monde devrait porter un couvre-visage afin de prévenir la transmission de plusieurs maladies. Si tout le monde portait un couvre-visage, nous pourrions enrayer les épisodes de grippe saisonnière et, par le fait même, mettre un terme à la propagation du coronavirus. Les couvre-visages peuvent également camoufler la mauvaise haleine. Véritables accessoires mode, on peut coordonner son masque à sa tenue avec les modèles aux couleurs et motifs offerts par les boutiques et les artisans. En fait, le port du couvre-visage a donné naissance à une toute nouvelle industrie et créé de nombreux emplois. Les stratégies marketing mettent à profit les couvre-visage pour faire la promotion des équipes de hockey et des superhéros.

ARGUMENT 2:

Le port du couvre-visage est un des moyens les plus importants que nous pouvons prendre collectivement pour limiter la propagation du coronavirus. Des études ont démontré que dans les endroits où le port du couvre-visage est obligatoire, le taux d'augmentation quotidien des infections diminue de 2 %. Le taux de mortalité des pays où le gouvernement exige le port du couvre-visage est significativement inférieur à celui des pays où le port du masque n'est pas requis. Les études démontrent également que le port du couvre-visage a un impact significatif sur le ralentissement de la propagation du coronavirus. En fait, le port du couvre-visage aide à réduire la propagation d'un bon nombre de maladies et si leur utilisation devient une norme sociale, nous pourrions potentiellement réduire l'impact des virus de la grippe saisonnière et d'autres maladies respiratoires, protéger la santé et sauver la vie des plus vulnérables d'entre nous. Alors pourquoi s'opposer à cette directive? Pour certains, le port du couvre-visage est embêtant, alors que pour d'autres, il rend la respiration plus difficile. Ces arguments semblent plutôt faibles lorsque l'inconfort du port du couvre-visage a le potentiel de sauver des vies. L'obstruction de la respiration est également exagérée puisque l'association pulmonaire américaine (American Lung Association) a conclu que : « les couvre-visage sont conçus pour permettre la respiration et il n'existe aucune preuve d'une diminution du niveau d'oxygène ». Donc, portez un couvre-visage et sauvez des vies.

ARGUMENT 3:

Le port du couvre-visage peut aider à enrayer la propagation du coronavirus. De plus, les couvre-visage sont plutôt branchés; ils sont offerts dans une vaste gamme de couleurs et de motifs. Il y a autant de couvre-visages que de personnes, quelques soient vos intérêts ou votre style. Vous pouvez donc faire votre part pour assurer notre sécurité à tous tout en arborant un look bien à vous. C'est un choix gagnant pour tous. Le taux d'infection diminue et se stabilise partout où les couvre-visages sont obligatoires; le coronavirus se transmet plus rapidement et entraîne des taux de mortalité et d'infection plus élevés là où les couvre-visages ne sont pas requis. Il arrive souvent que les individus se sentent impuissants face aux problèmes mondiaux, mais dans

le contexte du coronavirus, le simple fait de porter un couvre-visage peut contribuer à sauver la vie des gens qui vous entourent. Le choix de ne pas porter un couvre-visage en raison de l'inconfort ou de son apparence est un acte égoïste et dangereux. Vivre en société implique le respect d'un contrat social selon lequel nous devons collaborer pour profiter des avantages. Le choix de porter un couvre-visage est une des dimensions de ce contrat social et nous sommes tous gagnants de la sécurité qu'il offre. Nous agissons en citoyens responsables lorsque nous portons un couvre-visage.

Comment utiliser la stratégie BPAF pour élaborer des arguments simples

STRATÉGIE DE RÉFLEXION B-P-A-F	CRITÈRES
B – But P – Preuve A – Action F – Fort. Mot ou phrase fort	Les critères d'un argument convaincant : <ul style="list-style-type: none"> • a un but précis; • est basé sur des preuves pertinentes et fiables; • motive les gens à agir; • est exprimé avec fermeté et rigueur (p. ex. : des mots forts comme essentiel, impératif, vital, etc.); • met en valeur les liens entre le but, les preuves et l'appel à l'action; ces liens ne changent pas au cours de l'argument.

BUT (Pourquoi présentez-vous cet argument?)	PREUVE (Quelles preuves avez-vous pour soutenir votre argument?)	ACTION (Comment souhaitez-vous que les autres répondent à votre argument?)	MOT OU PHRASE FORT (Quel mot ou phrase fort peut vous aider à donner du poids à votre argument?)	ARGUMENT
Réduire la propagation du coronavirus	Le port du couvre-visage diminue le taux de transmission du virus de 2 % par jour *	Faire du port du couvre-visage une norme sociale.	Le port du couvre-visage est essentiel pour notre sécurité à tous.	Si nous désirons ralentir la propagation du coronavirus (but), il est essentiel (mot fort) pour tout le monde de porter un couvre-visage (action) puisque la recherche a démontré que le taux de propagation du virus diminue de 2 % par jour lorsque le port du couvre-visage est obligatoire (preuve).
Réduire la propagation du coronavirus	La Floride et le Texas ont rapidement relancé leur économie pour observer une propagation rapide des infections.	Favoriser une approche prudente de la relance économique.	Il est crucial de faire preuve d'extrême prudence et de vigilance.	Le combat que nous menons pour maîtriser le coronavirus (but) exige que nous demeurions tous vigilants (action) et fassions preuve d'extrême prudence (phrase forte). Les autres régions n'ont pas observé une augmentation des infections (preuve).
Réduire la propagation du coronavirus	Le coronavirus se propage par de fines gouttelettes qui flottent dans l'air.	Lorsque les individus se tiennent à au moins 2 mètres de distance, ils sont moins à risque d'infection.	L'éloignement social est important pour réduire la propagation.	
Réduire la propagation du coronavirus	Le laver fréquemment les mains réduit les risques d'infection.			

* Les mots en gras soulignent des exemples d'éléments de la stratégie BPAF.

Élaborer des arguments simples grâce à la stratégie BPAF

STRATÉGIE DE RÉFLEXION : B-P-A-F	CRITÈRES
B – But P – Preuve A – Action F – Fort. Mot ou phrase fort	Les critères d'un argument convaincant : <ul style="list-style-type: none"> • a un but précis; • est basé sur des preuves pertinentes et fiables; • motive les gens à agir; • est exprimé avec fermeté et rigueur (p. ex. : des mots forts comme essentiel, impératif, vital, etc.); • met en valeur les liens entre le but, les preuves et l'appel à l'action; ces liens ne changent pas au cours de l'argument.

BUT (Pourquoi présentez-vous cet argument?)	PREUVE (Quelles preuves avez-vous pour soutenir votre argument?)	ACTION (Comment souhaitez-vous que les autres répondent à votre argument?)	STRONG WORD OR PHRASE (Quel mot ou phrase fort peut vous aider à donner du poids à votre argument?)	ARGUMENT
SUJET :				
SUJET :				
SUJET :				
SUJET :				

Quelles tendances avez-vous observées?

Qu'est-ce qui est commun entre toutes les disciplines?

Avez-vous remarqué des anomalies (des choses qui ne concordent pas avec les tendances)?

Quelles conclusions ou réflexions pouvez-vous tirer de vos réponses à ces questions?

Élaborer un argument complexe et convaincant

Prenez en considération vos conclusions et les preuves à l'appui tirées de diverses disciplines pour élaborer votre thèse et les arguments pour la défendre.

THÈSE (ARGUMENT PRINCIPAL)	CRITÈRES POUR UN ARGUMENT CONVAINCANT
<p>(Énoncé expliquant pourquoi les recherches médicales devraient prioriser les travaux pour une cure pour le diabète)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Pour un effet positif sur la qualité de vie • Avantages concrets pour des personnes de partout dans le monde • Contribue à l'équité • Bénéfices économiques pour la société 	<ul style="list-style-type: none"> • Axé sur un but significatif qui nourrit des réflexions futures • Fondé sur des preuves pertinentes et fiables provenant d'une variété de disciplines • Élaboré sur des idées qui prennent en considération des preuves provenant de divers points de vue liés à des disciplines • Propose un appel à l'action général et clair soutenu par un nombre d'actions secondaires possibles • Fait appel à un langage fort pour donner de la rigueur et de l'importance à l'énoncé principal • Met en valeur les liens entre le but, les preuves et l'appel à l'action; ces liens ne changent pas au cours de l'argument.

DÉCLARATIONS ET PREUVES	ARGUMENTS SECONDAIRES
	ARGUMENT SECONDAIRE 1
	ARGUMENT SECONDAIRE 2
	ARGUMENT SECONDAIRE 3
	ARGUMENT SECONDAIRE 4

CRITÈRES POUR UN ARGUMENT CONVAINCANT

Axé sur un but significatif qui nourrit des réflexions futures

Fondé sur des preuves pertinentes et fiables provenant d'une variété de disciplines

Élaboré sur des idées qui prennent en considération des preuves provenant de divers points de vue liés à des disciplines diverses

Propose un appel à l'action général et clair (p. ex. : un mandat mondial pour...; prioriser l'allocation des ressources pour soutenir...; trouver une cure pour le diabète, etc.) soutenu par un nombre d'actions secondaires possibles (des locaux dédiés dans des laboratoires situés dans des régions clés; des demandes de subventions stratégiques, etc.)

Fait appel à un langage fort pour donner de la rigueur et de l'importance à l'énoncé principal (des mots forts comme essentiel, impératif, vital, etc.)

Met en valeur les liens entre le but, les preuves et l'appel à l'action; ces liens ne changent pas au cours de l'argument.