

# Caring Day 3 • Connexion personnelle

Définition RAK : Prendre soin, c'est ressentir et montrer de l'intérêt pour les autres.

Dans cette leçon, les élèves exploreront la gratitude comme un moyen d'augmenter à la fois le bonheur et leur capacité à s'occuper d'eux.

## Objectifs hebdomadaires

Les étudiants vont :

- ☐ Créer une définition personnalisée de la bienveillance à la fois au niveau individuel et interpersonnel.
- ☐ Examinez leur communauté à travers une lentille de bienveillance.

## Ressources / Matériaux

- ☐ **VIDÉO:** [Une expérience de gratitude](#) (6:39)

## Réfléchir / Évaluer

**Livrables :**

- ☐ Points de participation quotidiens
- ☐ **Entrée de journal**  
**bienveillante:** Quelles sont les choses que vous pouvez faire chaque jour pour être plus reconnaissant ?

## Partager

**Démarreurs de discussion:**

- Une grande partie de l'attention est *gratitude*. Que signifie la gratitude ?
- Quelles sont les choses pour lesquelles vous êtes reconnaissant ?
- Quelles sont les choses que vous tenez pour acquises et dont les moins chanceux seraient reconnaissants ?



## Inspirer

**Faire:**

- ☐ Sur une échelle de 1 à 10 (10 étant le plus élevé), évaluez votre niveau de bonheur en ce moment.
- ☐ Ensuite, pensez à une personne dont vous êtes reconnaissant.
- ☐ Écrivez une courte lettre à cette personne, en la remerciant pour tout ce qui vous rend reconnaissant ou ce que vous aimez/appréciez chez elle. *Donnez aux élèves 5 à 10 minutes pour le faire.*



## Habiliter

**Montre:** [Une expérience de gratitude](#)

**Faire:**

- S'ils sont à l'aise, demandez aux élèves de compléter l'expérience décrite dans la vidéo en appelant la personne à propos de laquelle ils ont écrit et en lisant leur lettre (suivez la politique de l'école en matière de téléphone portable).
- S'ils ne sont pas à l'aise ou ne peuvent pas passer un appel, demandez aux élèves de donner/poster leur lettre à la personne à propos de laquelle ils ont écrit.
- Demandez aux élèves d'évaluer leur bonheur après avoir partagé cette lettre avec leur public cible.

