

Scénario 5

Parcours de la pub



3^e • 4^e Parcours de la pub

🎯 Objectifs du Plan d'études:

EN 11 S'initier à un regard sélectif et critique face aux médias...

- en dégagant des critères qualitatifs simples pour distinguer et exprimer des différences entre les supports de communication
- en collaborant à la création d'un message médiatique

EN 13 Découvrir et utiliser des outils numériques...

- en se familiarisant avec les commandes de base des appareils et des outils
- en créant des documents (texte, dessin, audio,...)

CT Démarche réflexive

- Explorer différentes opinions et points de vue possibles ou existants

🎯 Attentes fondamentales, progression des apprentissages:

- EN 11 - Distinguer une publicité d'une information
- EN 11 - Contribuer à la réalisation d'une création médiatique de classe
- EN 11 - Sensibilisation aux intentions d'un message en tenant compte du contexte de communication
- EN 13 - Découverte et utilisation de logiciels de création (dessin, texte, musique, vidéo, ...)



Intentions pédagogiques: ce scénario d'éducation aux médias est centré sur la question de l'influence de la publicité. L'objectif de ce parcours est d'apporter aux élèves des éléments de compréhension sur plusieurs niveaux: aborder la notion de publicité par la discussion collective, s'initier à l'identification de certains critères propres à la publicité, et s'appropriier ces critères par la création en groupe d'une affiche, avec l'aide de l'enseignant-e.



Description générale: ce scénario se compose d'une séance de discussion sur la thématique de la publicité à partir de la lecture d'une histoire, d'une activité d'identification d'images publicitaires, puis d'une séance de création d'une publicité.





Objectifs, attentes fondamentales et progressions ci-dessus à prioriser selon le contexte de la classe et les activités déjà réalisées.

Proposition de découpage (à adapter selon le contexte de la classe)

Séances	Résumé	Matériel
1: Discussion de la pub Durée: 45 minutes	Dialoguer autour de la thématique de la publicité	<ul style="list-style-type: none"> • Album <i>Chope et bloque la pub</i> d'A. Ochs • Fiche 1 <i>Cartes-questions publicité</i>
2: Reconnaître une publicité Durée: 40 minutes	Identifier des images publicitaires	<ul style="list-style-type: none"> • Magazines, journaux • Papier, colle, ciseaux, crayons de couleur • Fiche 2 <i>Chocotoubon</i>
3: Créer une publicité Durée: 45 minutes	Réaliser une affiche publicitaire en groupe	<ul style="list-style-type: none"> • Fiche 3 <i>Notre scénario publicitaire</i> • 5 tablettes par classe

Séance 1

Discussion de la pub

-  **Résumé:** Dialoguer autour de la thématique de la publicité
 -  **Attentes fondamentales, progression des apprentissages:**
 - EN 11 - Échange sur les expériences liées à l'utilisation des médias
 -  **Matériel:**
 - Album *Chope et bloque la pub* d'A. Ochs
 - Fiche 1 *Cartes-questions publicité*
 -  **Durée:** 45 minutes
-

Introduisez cette séance par la lecture de l'album *Chope et bloque la pub* puis référez-vous au cadre proposé dans *Dialoguer en classe autour du numérique* pour mener la discussion.

Séance 2

Reconnaître une publicité

 **Résumé:** Identifier des images publicitaires

 **Attentes fondamentales, progression des apprentissages:**

- EN 11 - Distinguer une publicité d'une information
 - EN 11 - Sensibilisation aux intentions d'un message en tenant compte du contexte de communication
- Les progressions d'apprentissage ci-dessous font l'objet d'une découverte au cycle 1, et seront reprises au cycle 2**

- EN 11 - Sensibilisation au rapport entre l'image et la réalité
- EN 11 - Découverte des spécificités de différents supports médiatiques
- EN 11 - Repérage des différents éléments (texte, image fixe, image en mouvement, animation interactive, son,...) entrant dans la composition d'un message médiatique (page web, publicité, affiche, ...)



Matériel:

- Magazines, journaux
- Papier, colle, ciseaux, crayons de couleur
- Fiche 2 *Chocotoubon*



Durée: 40 minutes

Définition

La publicité est une forme de communication de masse, dont le but est de fixer l'attention d'une cible visée (consommateur, utilisateur, usager, électeur, etc.) afin de l'inciter à adopter un comportement souhaité : achat d'un produit, élection d'une personnalité politique, incitation à l'économie d'énergie, etc. Évoquer, par exemple, le nom d'une entreprise, d'un magasin, ou encore d'une marque, n'implique pas automatiquement un acte publicitaire. Mais cela le devient à partir du moment où le but volontairement recherché est d'attirer l'attention sur l'objet évoqué et/ou de suggérer d'aller à tel ou tel endroit.

[*Source: [Wikipédia](https://fr.wikipedia.org/wiki/Publicité)]



Modularité

Pour mener cette séance, référez-vous aux questions de base de tout acte de communication: *qui? à qui? quoi? pourquoi? où? quand?*

Temps 2.1: Chercher la pub

Modalités de travail: en collectif

 **Durée:** 15 minutes

En amont de la séance, préparez un corpus d'images publicitaires et non-publicitaires, en sélectionnant des journaux ou magazines adaptés à l'âge des élèves, auxquels vous pouvez ajouter des exemples de sites web pré-sélectionnés.

Montrez le corpus d'images aux élèves et demandez-leur de repérer la présence de la publicité (pages, encarts, images...). Distinguez avec eux les images publicitaires des images ou photographies non publicitaires et discutez de ces illustrations en ayant en tête les questions suivantes:

- Est-ce une image de pub ou simplement une image?
- Pourquoi croyez-vous que c'est une pub ou une image?
- Qu'est-ce qui vous attire ou ne vous attire pas?
- Y a-t-il des différences entre les images de publicités et les autres images?

Proposez aux élèves de découper une publicité de leur choix en enlevant les textes et de la coller sur une feuille. Ils peuvent ensuite changer les noms et les slogans pour créer de nouveaux produits humoristiques.

À la fin de cette séance, listez avec les élèves les différentes composantes d'une publicité qui ont été abordées:

- **L'environnement** dans lequel est placé le produit: il s'agit d'une mise en scène imaginaire.
- **Le nom** du produit: la manière dont il est mis en évidence.
- **Le slogan**: il s'agit du texte qui accompagne le nom du produit et sert à le mettre en valeur. Il est souvent court et percutant, facilement mémorisable.
- **Les sentiments** ou besoins auxquels fait appel la mise en scène: aventure, évasion, gourmandise, sécurité...

Tous ces éléments sont soigneusement étudiés pour que le produit soit facilement reconnaissable et que l'on soit incité à le choisir lorsqu'on le rencontre au milieu d'autres produits du même type.

Temps 2.2: Pour les élèves de 4^e • Quand la publicité s'adresse aux enfants

Modalités de travail: en collectif puis en individuel

 **Durée:** 15 minutes

Projetez ou montrez l'illustration de la fiche 2 en explicitant les éléments publicitaires à identifier qui ciblent spécifiquement les enfants:

- Le nom du produit
- Les couleurs, l'environnement attrayant et imaginaire qui attirent
- Le personnage porte-parole, ou mascotte, qui paraît sympathique et amical
- L'activité proposée (le jeu), qui incite à passer du temps à regarder le produit, et donc aide à s'en souvenir
- Le slogan, petite phrase accrocheuse très facilement mémorisable

Vous pouvez prendre ces éléments un à un et en discuter avec les enfants pour interroger leur pertinence: *Que signifie le slogan? Dans quel contexte peut-on rencontrer des animaux qui parlent ou des forêts magiques? Est-ce qu'il y a un rapport entre des céréales et un jeu des différences? Quelles informations a-t-on sur le produit (les céréales) en regardant cet emballage?...*

Les élèves réalisent ensuite la fiche 2.

Pour aller plus loin: 10 exemples de publicités destinées aux enfants sur le site romand de l'éducation au médias: e-media.ch

Temps 2.3: Numérique et publicité

Modalités de travail: en collectif puis en individuel

 **Durée:** 10 minutes

Montrez l'illustration en couleurs de la fiche 2, et attirez l'attention des élèves sur la présence du QR code en bas à gauche. Demandez-leur s'ils en connaissent l'utilité. Vous pouvez nommer le terme de publicité numérique, puisque ce QR code est un lien pour attirer les enfants en ligne sur le site de la marque.

Demandez aux élèves d'énumérer les différents lieux où l'on peut trouver de la publicité (affiches, magazines, panneaux publicitaires, véhicules, télévision, écrans,...) et catégorisez ensemble les lieux physiques ou numériques, que vous pouvez relever au tableau.



Pluralisme

Proposez aux élèves de constituer un corpus d'exemples de publicités auquel chacun peut contribuer, afin de prendre conscience de la variété des supports publicitaires.

Séance 3

Créer une publicité

 **Résumé:** Réaliser une affiche publicitaire en groupe

 **Attentes fondamentales, progression des apprentissages:**

- EN 11 - Contribuer à la réalisation d'une création médiatique de classe
- EN 13 - Découverte et utilisation de logiciels de création (dessin, texte, musique, vidéo, ...)



Matériel:

- Fiche 3 *Notre scénario publicitaire*
- 5 tablettes par classe



Durée: 45 minutes

Temps 3.1: Préparation

Modalités de travail: en petits groupes ou en individuel



Durée: 20 minutes

Reprenez avec vos élèves les points abordés au temps 2.1 pour remplir la fiche 3:

- **Le produit à promouvoir:** trouver un objet à représenter et lui donner un nom (fictif).
- **Le slogan:** il doit être bref et facilement mémorisable.
- **L'image du produit:** l'illustration peut être trouvée dans une banque d'images libres de droit. Les élèves peuvent aussi choisir de prendre une photo, de dessiner ou encore de fabriquer l'objet de leur publicité.
- **Le lieu imaginaire** dans lequel sera placé le produit.
- **Un jeu** à proposer à de potentiels consommateurs.
- **Un personnage** porte-parole (mascotte) qui incarne le produit.

Vous pouvez compléter une fiche-modèle, en prenant pour exemple un produit courant dont vous aurez inventé le nom.



Responsabilité

Recherche d'images en ligne: Si vous laissez vos élèves effectuer leur propre recherche d'images sur Internet, il s'agit d'une part de leur garantir un environnement adapté, et d'autre part de respecter le droit d'auteur en vigueur.

Le moteur de recherche Qwant Junior est spécialement conçu pour adapter les résultats de recherche à l'âge scolaire. Vous accompagnerez alors vos élèves pour vous assurer que les images choisies soient libres de droit, et que les sources soient citées.

Vous pouvez également prévoir cette séance en deux temps, en intercalant la préparation d'un corpus d'images adaptées pour chaque groupe que vous trouverez sur une banque d'images libres de droits.

Il est important de ne pas utiliser le nom ou l'image d'un produit présent sur le marché, sous peine de promouvoir ledit produit malgré vous.

Temps 3.2: Création d'une affiche

Modalités de travail: en petits groupes avec une tablette

 **Durée:** 25 minutes

Une fois les scénarios publicitaires élaborés, chaque groupe ou chaque élève (selon la modalité choisie) réalise une affiche à partir du scénario. Cette réalisation peut s'effectuer sur papier ou sur les tablettes à l'aide d'une application de création de contenus.



Délégation

Tout ou une partie seulement des étapes peuvent s'effectuer sur la tablette. Il est ainsi possible de dessiner l'affiche à la main puis de la prendre en photo, ou de réaliser un *fond* à la main et d'y intégrer ensuite des éléments numériques... Il peut être intéressant de varier les modalités ou de laisser chaque groupe décider des tâches qui seront déléguées à la machine (recherche d'image ou création, édition et modification d'images, choix des polices de texte...)

Prévoyez un temps de mise en commun à la fin de la séance, voire une possibilité d'exposer les différentes réalisations afin que les élèves puissent prendre connaissance des travaux de chacun et échanger sur leurs pratiques.

Ressources

- **Site de l'association SEVE Suisse:**
<https://sevesuisse.org>
- **Ressources e-media:**
<https://www.e-media.ch/Event/Search?fulltext=publicite>
- **Ressources Habilomedias:**
<https://habilomedias.ca/publicite-consommation/publicite-partout>

Cartes-questions publicité

À imprimer en recto-verso

La pub



Sujet de discussion

La pub



Sujet de discussion

La pub



Sujet de discussion

La pub



Sujet de discussion

La pub



Sujet de discussion

La pub



Sujet de discussion

La pub



Sujet de discussion

La pub



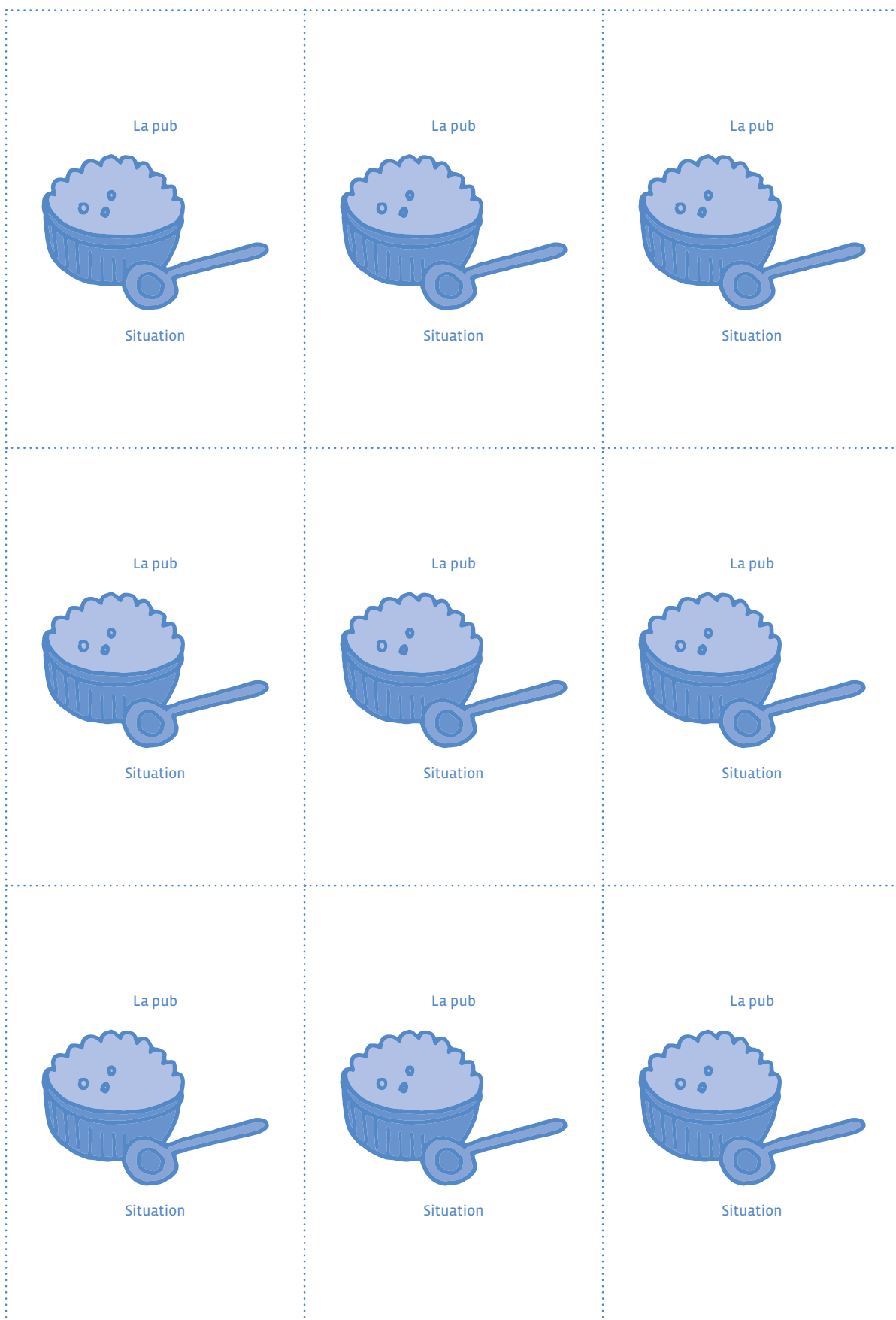
Sujet de discussion

Cartes-questions publicité

À quoi sert la publicité?	Peut-on faire confiance à la publicité?	Y a-t-il de vraies publicités et de fausses publicités?
Y a-t-il une différence entre se faire influencer par une personne ou par une publicité?	Peut-on se faire influencer sans le remarquer?	Quand peut-on se faire influencer?
À qui s'adresse la publicité?	Où peut-on se faire influencer?	à remplir par l'enseignant-e

Cartes-questions publicité

À imprimer en recto-verso



Cartes-questions publicité

<p>Porter des baskets avec un logo. Pub ou pas pub?</p>	<p>Manger une pomme. Pub ou pas pub?</p>	<p>S'acheter le dernier modèle de téléphone portable. Pub ou pas pub?</p>
<p>Faire du vélo. Pub ou pas pub?</p>	<p>Boire un soda connu. Pub ou pas pub?</p>	<p>Suivre le conseil d'un ami. Pub ou pas pub?</p>
<p>Jouer à ce jeu vidéo car tous ses amis y jouent. Pub ou pas pub?</p>	<p>Vouloir le jeu qu'on vient de voir à la télé. Pub ou pas pub?</p>	<p>à remplir par l'enseignant-e</p>

Prénom:

Chocotoubon

Entoure en rouge le nom du produit, en orange le slogan, en vert le lieu imaginaire, en jaune le personnage porte-parole, en bleu le jeu proposé, puis colorie l'image selon tes goûts.



Document inspiré de la fiche pédagogique de la FRC <https://www.frc.ch/comment-on-emballe-nos-enfants/>

Notre scénario publicitaire

Scénario publicitaire



Produit:

Type (jouet, nourriture, objet...):

Nom:



Slogan:

.....



Lieu imaginaire:

.....



Jeu proposé:

.....



Personnage porte-parole:

Genre (objet, animal...):

Nom: