

PORTONS UN REGARD CRÉATIF SUR LA PUBLICITÉ

« Qu'est-ce que la publicité ? »

Séance n° 6

🕒 3 X 50 min

Contexte de la séance

La publicité est partout. Les enfants sont une cible importante pour de nombreux produits et marques.

Objectifs de la séance

- Lister différents supports publicitaires
- Au travers de l'analyse de publicité, définir les caractéristiques et l'intention d'un message publicitaire.

Acquis d'apprentissage

Au terme de la séance, l'élève sera capable :

- d'identifier le public cible d'un message publicitaire
- de reconnaître des procédés visuels, sonores ou tactiles utilisés par un média pour produire un effet.
- d'identifier l'influence des éléments de contenus sur l'information véhiculée par un média numérique : le texte, les éléments visuels, (format, images...), les éléments sonores (bruitage, timbre de la voix, paysage sonore) et les éléments tactiles (vibreuse du téléphone, réaction du joystick...).

Matériel nécessaire

- Des publicités (format papier, sonore et vidéo)
- Du matériel de diffusion sonore et de projections

Déroulement

1. La publicité est partout [50 minutes]

Dans le cadre de l'activité à réaliser à la maison ("la publicité autour de nous"), chaque élève était invité, avec ses parents, à lister (voire même photographier) des supports sur lesquels ils ont observé de la publicité (journal, affiche, télévision, Internet, stylo, calendrier, vêtement, bus...).

Si, comme suggéré, des photos ont été postées sur le blog ou transmises via un support numérique, l'enseignant les rassemble et les projette au groupe. Dans le cas contraire, il propose des photos réalisées par ses soins.

L'intention est d'observer les différents objets avec les enfants et :

- de vérifier qu'il s'agit bien d'une publicité ;
- d'identifier le support de chaque publicité ;

- de lister les différents supports rencontrés ;
- de constater, sur base de cette liste, que la publicité est omniprésente.

L'enseignant interroge les élèves :

- « À quoi reconnaît-on une publicité ? »
- « À quoi une publicité sert-elle ? »
- « Où trouve-t-on de la publicité ? ». Il s'agit ici de lister tous les endroits où l'on peut en trouver afin de faire prendre conscience qu'elle est partout et pas uniquement dans les médias qu'ils connaissent (dans la rue, les transports en commun, les stades...).
- ...

Tout au long des échanges, les élèves affinent une définition du terme publicité. Ils gardent une trace de cette définition dans le cahier de correspondance.

2. Le public cible... [50 minutes]

L'enseignant projette différentes publicités pour un même produit (de l'eau) aux élèves. Exemples de publicités :

- <https://www.youtube.com/watch?v=3ooDouFriSc> ("éveil")
- <https://www.youtube.com/watch?v=G7SrNHDfsu8> ("Petit Vittel")
- <https://www.youtube.com/watch?v=QAGCu8blanM> ("Cristaline")
- <https://www.youtube.com/watch?v=eytOFB3yvVo> ("Evian")
- <https://www.youtube.com/watch?v=1B44IUE1e7g> ("Perrier")
- <https://www.youtube.com/watch?v=3UVE-3N2WV8> ("Perrier")
- https://www.youtube.com/watch?v=VOSS_FGUWFA ("Vittel")
- <https://www.youtube.com/watch?v=olDx5n76Tzk> (campagne de sensibilisation)
- ...

Après chaque publicité, individuellement, les élèves identifient la marque, la cible et le message principal véhiculé (ex : l'eau rend plus fort...).

| La marque | La cible | Le message |
|-----------|----------|------------|
| | | |
| | | |

Au terme de toutes les projections, les élèves confrontent leurs réponses et argumentent leur choix.

En guise de conclusion, l'enseignant fait ensuite émerger :

- la diversité des messages et des cibles pour un même produit
- l'influence de la cible sur le type de discours

3. Le contenu publicitaire... [50 minutes]

L'intention est d'observer la façon dont les contenus publicitaires sont élaborés pour influencer un sentiment et susciter une envie.

Il s'agit aussi d'amener les élèves à percevoir que la publicité est un message construit (à

l'aide de différents éléments visuels et sonores adaptés).

L'observation porte sur des publicités émanant de différents supports (à récolter en amont) :

- Papier (publicités extraites d'un magazine)
- Sonore (série de publicités diffusées à la radio)
- Vidéos (série de publicités diffusées à la télévision)

Chaque fois, il s'agit d'amener les élèves à repérer la façon dont le message est véhiculé :

- Pour les publicités sur papier : « Comment le nom du produit est-il mis en évidence ? » / « Quel est le rôle de l'image qui l'accompagne ? » / « Quelle est l'impression (le sentiment) véhiculé par la publicité ? » / « Pourquoi (comment) la publicité attire-t-elle le regard ? » ...
- Pour la publicité sonore : « Comment le nom du produit est-il mis en évidence ? » / « Quand apparaît-il ? » / « Combien de voix entend-on ? » / « Sur quel ton s'expriment les intervenants ? » / « Y a-t-il des éléments sonores autres que la voix ? » / « Si oui, quel est leur rôle ? » ...
- Pour la publicité vidéo : « Comment le nom du produit est-il mis en évidence ? » / « Où et quand apparaît-il dans le spot ? » / « Combien de personne voit-on ? » / « Combien de voix entend-on ? » / « Quel est leur rôle ? » / « Quel est le sentiment véhiculé par la publicité ? » / « Comment ? » / « Quel est le rôle des images ? » ...

Pour les spots vidéo, il est intéressant d'amener les élèves à constater la présence d'éléments auxquels ils n'ont pas forcément porté attention lors de la première projection de la publicité. C'est souvent le cas pour les mentions légales qui apparaissent (« piles vendues séparément », « accessoires non fournis » ...).

En plus de la prise de conscience de la présence de ce type d'éléments, il s'agit, surtout, d'amener les élèves à s'interroger sur leur utilité et leur rôle.

Piste d'évaluation

Proposez une nouvelle publicité et demandez aux élèves de déterminer des éléments utilisés dans le message (sonore et visuel) pour attirer l'attention et influencer le consommateur

Suggestion d'indicateur :

- L'élève est capable de citer au moins un élément sonore et un autre visuel pertinents.



Qu'est-ce qu'une publicité ?

La publicité a pour objectif d'influencer les consommateurs pour qu'il adopte un comportement souhaité. Cela dit, contrairement à ce que l'on pense généralement, il ne s'agit pas uniquement de messages incitant à la consommation d'un bien ou d'un service.

La publicité vise également à promouvoir un individu (c'est le cas, par exemple, pour un candidat aux élections) ou une association.

Enfin, la publicité peut également proposer une sensibilisation ou une

prévention (c'est par exemple le cas des campagnes contre la consommation d'alcool au volant).

Ressources, liens utiles

“Comprendre la publicité”, une ensemble de fiches d'activités pratiques pour amener les élèves à porter un regard critique sur la publicité.



http://csem.be/outils/brochures/csem/comprendre_la_publicite_education_critique

Un document en ligne intéressant pour mieux comprendre ce qu'est la publicité et la façon dont elle influence le consommateur.

<http://tpepremiere1.e-monsite.com/pages/qu-est-ce-que-la-publicite.html>

Sur son site, le “CLEMI” propose différentes ressources pédagogiques portant sur la thématique de la publicité

[https://www.clemi.fr/index.php?id=18&tx_solr\[filter\]\[1\]=theme:Publicit%C3%A9](https://www.clemi.fr/index.php?id=18&tx_solr[filter][1]=theme:Publicit%C3%A9)