

## 7<sup>ème</sup> Semaine des médias à l'école

### Fiche pédagogique no 7

#### La pub, c'est trop fort pour toi ?

**Public :** élèves de 7 à 12 ans

**Objectifs :**

- Prendre conscience de la différence de présentation des produits
- Citer certains composants d'une publicité (marque, logo, produit, slogan)
- Donner son opinion, ses sentiments
- Décrire les intentions d'une publicité

**Durée :** 4 à 8 périodes

**Mots-clés :** publicité, communication, information, objets publicitaires, public-cible, slogan, marque, logo, bande-son

**Matériel nécessaire :**

Magazines, objets publicitaires

Enregistrement de pubs à la TV (un support DVD comportant une dizaine de publicités est à disposition gratuitement à la CIIP.

A commander via [emedi@romandie.com](mailto:emedi@romandie.com) ).

Appareil de lecture d'images en fonction du support audiovisuel (ordinateur et beamer, hauts-parleurs, magnétoscope ou lecteur DVD et moniteur TV).

**Etapes :**

- **Recherche de publicités :**

Pendant quelques jours, les élèves observent autour d'eux et repèrent tous les endroits, où ils voient de la pub (chez eux, à la télé, dans la rue, dans le bus...). Ils consignent toutes leurs découvertes par écrit, afin de pouvoir comparer leur résultat avec leurs camarades de classe.

Ils amènent aussi différents objets supports de publicité : stylos, journaux, habits, sacs plastiques, échantillons ...

Mise en commun des observations, du matériel apporté en classe.

- Où peut-on trouver des publicités ?
- Sur quels supports les trouve-t-on ? (journaux, affiches, radio, TV, Internet, téléphones mobiles, écrans dans les espaces publics (transports en commun, bureaux de poste, centres commerciaux), vêtements, voitures, gadgets, autocollants...)
- Dans quels lieux trouve-t-on de la publicité ? (magasins, gares, école, rue, stades, boîtes aux lettres...)

Essayer de citer des endroits, où l'on n'est pas en contact avec la pub (forêt, montagne, mer, lieux de culte, cimetières...). Réaliser des classements selon différents critères : lieux de découverte, styles de publicité, public-cible...

Mettre en évidence **le rôle** de la publicité : vendre un produit, informer, protéger (santé)...

- **Observation et comparaison**

Comparer une série de pubs enregistrées à la TV avec une série de pubs découpées dans des magazines.

Raconter ce que l'on voit, relever les différences et ressemblances. Exprimer des préférences en donnant les raisons. A partir de ces raisons, mettre en évidence les **critères qui plaisent** aux enfants (drôlerie, couleurs flashy, rapidité,...). Mettre en évidence **les émotions** ressenties.

Identifier les produits présentés, chercher à qui ils sont destinés et identifier le public-cible.

Repérer les **slogans**, essayer d'en créer d'autres.

Mettre en évidence les publicités assorties d'**injonctions** ("*Rejoins-nous!*", "*Viens skier!...*", etc) ou de **promesses** ou de **flatteries** ("*Tu vas faire des jaloux*", "*T'as la classe*"...). Mettre en évidence le tutoiement. Mettre en évidence le récepteur des messages : est-ce l'enfant lui-même, sa famille, le grand public ?

Mettre en évidence ce que la pub ne dit pas (nocivité des aliments vantés, prix élevé de certains produits, existence d'autres produits moins chers et tout aussi bons, etc). Mettre en évidence les injonctions d'achat, la nécessité d'acheter plusieurs produits pour disposer de la collection complète des « cadeaux » proposés...

### **Prolongements possibles :**

- Apporter ou inventer un produit, en chercher ou inventer la marque et trouver un slogan. Références et conseils pratiques à consulter au moyen du lien ci-dessous.
- Créer une affiche ou un spot filmé (20-30 secondes) pour vanter son produit.
  - élaborer un scénario (par groupes, puis voter pour le meilleur)
  - trouver un slogan (idem)
  - filmer les scènes en répartissant les rôles (décor, caméra, interprétation)
  - monter et sonoriser (si nécessaire)

Des exemples d'une telle activité figurent dans les trois émissions "Les réalités - ? – de la télé", produites par Canal Alpha, 2004. En médiathèque. Autres exemples à voir en ligne sur <http://www.canalalpha.ch/canalsite/formation/ciip.html>

*Anne Guibert, enseignante au degré primaire et formatrice à la HEPL, et Christian Georges (CIIP). Actualisation janvier 2010.*