

19^e Semaine des médias à l'école en Suisse romande

Atelier pratique - Information journalistique et publicité... le grand mix ?

Public-cible : 11-14 ans

Durée : 45 min

Description

En théorie, la publicité doit toujours apparaître clairement comme telle, démarquée des contenus informationnels, et l'annonceur doit être explicite. Mais dans les faits, c'est plus compliqué. La publicité se fait discrète et emprunte les codes de l'information journalistique. De plus, la distinction entre journalistes, publicitaires, blogueurs et influenceurs est parfois floue.

L'atelier mise sur une réflexion fondée sur les échanges et la réalisation d'exercices pratiques. Il s'agira d'identifier et différencier contenus journalistiques des publicités ainsi que de comprendre ce qui est le propre des divers producteurs des contenus.

Objectifs

- Stimuler un regard critique dans la consommation d'informations
- Apprendre à identifier les objectifs et enjeux des contenus informationnels et publicitaires.
- Connaître les différents types de publicité et leurs modes de fonctionnement.
- Identifier les publicités qui prennent la forme d'informations.

Matériel nécessaire

- Écran connecté à un ordinateur
- Connexion internet.

Intervenante

Laura Amigo est assistante-doctorante à l'Académie du journalisme et des médias (AJM) à l'Université de Neuchâtel.

Disponibilité : du 21 au 24 novembre, le 25 novembre uniquement le matin.

Lieu : votre établissement scolaire en Suisse Romande