

➤ ANALYSER ET RÉALISER UNE PUBLICITÉ

♀♂ – ⌚ Durée indicative: 3 à 4 séances d'1h.

OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES

SAVOIR FAIRE LA DIFFÉRENCE entre ce qui relève de l'information et ce qui relève de la publicité.

DÉVELOPPER UN ESPRIT CRITIQUE face aux messages publicitaires.

REPÉRER les stéréotypes de genre dans la publicité.

ENTRÉES PROGRAMMES

Français

Langage oral: mobilisation des références culturelles nécessaires pour comprendre le message ou le texte.
Pratiquer différentes sortes de lecture.

Enseignements artistiques

Exprimer ses émotions et sa sensibilité en confrontant sa perception à celle d'autres élèves.

EMC

Exposer une courte argumentation pour exprimer et justifier un point de vue et un choix personnels.

Décoder la publicité
Focus sur les stéréotypes sexistes



Déroulement

Lire des messages publicitaires et exercer un regard critique

Questionner les élèves sur les publicités qui leur plaisent : pourquoi vous plaît-elle ? Qu'est-ce qu'elle raconte ? etc.

Lister tous les endroits où l'on peut trouver de la publicité pour faire prendre conscience qu'elle est partout, et pas uniquement dans les médias (dans la rue, les transports en commun, les stades...).

Distribuer des journaux et magazines. Faire repérer l'emplacement des publicités et demander d'identifier les produits. Montrer que la publicité cible un public précis (images différentes si magazine féminin, journal ou magazine pour élèves).

Suite à plusieurs visionnages d'un spot publicitaire, analyser :

- › Le produit : de quoi s'agit-il ? à qui est-il destiné ? quand et combien de fois prononce-t-on son nom ? Le produit apparaît-il tel qu'il est en réalité ?
- › Le son : qui parle, pour dire quoi ? y a-t-il une voix off ? y a-t-il de la musique ? à quel moment ?
- › Les personnages : qui sont-ils ? pourquoi ont-ils été choisis ? comment sont-ils ?
- › La mise en scène : l'environnement est-il réel ou imaginaire ? quel rapport peut-on établir entre le décor et le produit ? ce que l'on voit à l'écran est-il possible ou crédible dans la réalité ?

En fin de séance, visionner un autre spot, sans faire de commentaires. Le lendemain, demander si les élèves se souviennent de la publicité vue la veille. Qu'ont-ils retenu de ce que disait la publicité ?

Réaliser une publicité

Afficher quelques publicités au tableau et effectuer une première comparaison. Repérer les constituants : slogan, produit, marque, logo, image...

Analyser les slogans : jeux de mots, rimes...

Le nom du produit apparaît-il ?

PROLONGEMENT

Proposer une liste de slogans sans images, et demander d'effectuer un tri. Discuter des critères de tri. Faire associer slogan et/ou produit à sa marque. Est-ce toujours possible ?

Analyser les images : comparer image du produit et produit réel

Attirer l'attention sur le fait que les images ne reflètent pas toujours la réalité, pour donner envie d'acheter.

Faire créer par groupes une publicité pour un produit d'une marque inventée : slogan, visuel, logo.

Observer la mise en scène des rôles entre les filles et les garçons dans la publicité (voir concours Zéro cliché)

À partir de publicités extraites de magazines, de plages publicitaires télévisées ou de sites internet dans lesquelles se trouvent des élèves, observer la façon dont sont représentés les garçons et les filles. Rassembler les observations dans un tableau. Cette représentation publicitaire est-elle un reflet de la société ? La diversité de la classe est-elle bien représentée ? Décrire le rôle assigné aux garçons et aux filles dans ces publicités. Imaginer des publicités inversées, où les filles remplacent les garçons et vice-versa : qu'est-ce que cela change ?

Matériel nécessaire

Journaux, magazines, enregistrements de publicités radio, télé, voire sites web d'information.

Repères pour l'évaluation

- › L'élève est capable de définir le genre publicitaire et ses caractéristiques principales.
- › L'élève initie une lecture critique du discours publicitaire.
- › L'élève commence à repérer les stéréotypes de genre dans la publicité.

Traces écrites

- › Affichage des publicités réalisées par les élèves en grand format dans la classe.
- › Organisation d'une exposition dans l'école.
- › Création d'un recueil papier petit format pour les élèves.
- › Écriture d'un article de blog contenant les différentes productions des élèves.

RESSOURCES

ROUCHIÉ Thomas, *Lire et comprendre la publicité*, Retz, 2000.

Concours Zéro cliché. En ligne : <https://www.clemi.fr/fr/evenements/concours/concours-zerocliche-egalitefillesgarcons.html>

CLEMI, Atelier Déclic'Critique, « Comment différencier un clip d'une publicité sur Youtube ? » En ligne : www.clemi.fr/fr/declic-clip-pub.html