

EXERCER SON ESPRIT CRITIQUE FACE À LA PUB

Les messages publicitaires sont de plus en plus intrusifs dans la vie des enfants : presse, télévision, radio, Internet... Il est essentiel d'apprendre aux élèves à exercer leur esprit critique. Pour une éducation à la consommation et aux médias, leur proposer de devenir des créateurs de messages publicitaires.

CYCLE 1

APPRENDRE À REPÉRER LES PUBLICITÉS DANS LES MÉDIAS

Proposer aux élèves de faire un tri parmi différents types d'images trouvées dans la presse. À quoi reconnaît-on une publicité ? À quoi sert-elle ? Les non-lecteurs peuvent-ils les comprendre ? Certaines publicités sont-elles déjà connues des élèves ?

Le lendemain, afficher au tableau dix publicités à observer pendant plusieurs minutes. Par groupe, les enfants doivent ensuite essayer de les retrouver parmi un choix d'une quinzaine de publicités. Faire retrouver aux élèves une publicité pour un produit alimentaire, une voiture, un jouet...

CYCLE 2

LIRE DES MESSAGES PUBLICITAIRES ET EXERCER UN REGARD CRITIQUE

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...).

Après distribution de 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 enfants). Proposer à chaque élève de choisir une publicité qui lui a particulièrement plu (ou déplu) et de discuter les raisons de son choix.

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 donne-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 (masculine, féminine, enfantine) ? Y a-t-il de la musique (connue : jingle) ? À quel moment ?
- les personnages : qui sont-ils (connus) ? Pourquoi ont-ils été choisis ? Comment sont-ils ?
- la mise en scène : l'environnement est-il réel/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 ?

CYCLE 3

ANALYSER PUIS PRODUIRE UN MESSAGE PUBLICITAIRE

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 image et demander d'effectuer un tri. Discuter des critères de tri. Faire associer slogan et produit et/ou 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 l'élève (ou en groupe) sa propre publicité pour un produit d'une marque inventée : slogan, visuel, logo. Mettre en valeur les productions des élèves : Internet, exposition.
- À partir de publicités télévisées ou radiophoniques : visionnage/écoute puis questionnement : de quelles publicités se souviennent-ils ? Pourquoi ? Qu'ont-ils retenu ? Différence télévision/radio (rôle du son, du choix des mots, de la voix, de la musique...) : est-il facile de donner envie sans image ? Proposer de faire l'exercice à la maison en famille.

DANS LES PROGRAMMES

CYCLE 1⁽¹⁾

Premier domaine d'apprentissage
Découvrir la fonction de l'écrit.

Troisième domaine d'apprentissage

- Observer, comprendre et transformer des images.
- Caractériser les différentes images, fixes ou animées, et leurs fonctions, distinguer le réel de sa représentation, afin d'avoir à terme un regard critique sur la multitude des images.

CYCLE 2⁽²⁾

L'ÉMI permet de préparer l'exercice du jugement et de développer l'esprit critique

Français

Attendus de fin de cycle :

- Produire des énoncés clairs en fonction des situations de communication.
- Rédiger un texte cohérent [1/2 page environ].

Arts plastiques

- La représentation du monde : observer des productions plastiques et les mettre en relation avec les images de l'environnement des élèves et les images issues de la publicité.
- Raconter et témoigner par les images.
- Intervenir sur une image existante, découvrir son fonctionnement, en détourner le sens.
- Explorer dans les médias les liens entre récit et images.

CYCLE 3⁽²⁾

Histoire et géographie

- Écrire pour structurer sa pensée et son savoir, pour argumenter et écrire pour communiquer et échanger
- Utiliser les outils numériques en vue de réalisations collectives.

Arts plastiques

Intégrer l'usage des outils informatiques dans la pratique plastique [travail de l'image et de recherche d'information].

Source :

[1] *BO spécial* n° 2 du 26/03/2015.

[2] *BO spécial* n° 11 du 26/11/2015.

POUR ALLER PLUS LOIN

Julia-Ripoll (Brigitte), *50 Activités pour découvrir l'image fixe à l'école*, cycle 3 et en 6^e, SCÉRÉN-CRDP Languedoc Roussillon/CDDP Pyrénées-Orientales, 2003.

« Comment être pubmalin », site d'éducation à la publicité et aux médias : www.pubmalin.fr