

La publicité et le conditionnement affectif

AUTEUR : de Radzitzky Gatien

INSTITUTION : L'École Escale - Rue Saint Hubert 84 - 5100 Dave

SITE WEB :

CATEGORIE : [Publicité](#)

NIVEAU

Type d'enseignement : Spécialisé

Niveau d'enseignement : Secondaire Transition

Classe (s) concernée(s) : Jeunes hospitalisé dans l'unité L'Athanor

ou

Type d'organisme : -

Fédération : -

Public : -

CHAPEAU

L'objectif est de faire découvrir aux élèves que chaque image qui apparaît dans une publicité a été réfléchi

COMPÉTENCE(S) VISÉE(S)

Développer un esprit critique

Identifier et caractériser les différents phénomènes de société

Analyser le contenu d'images vidéo

Identifier des conditionnements affectifs

Identifier les attentes et effets d'une publicité

DÉROULEMENT DE L'ACTIVITÉ

Partie 1:

1. visionner la vidéo Coca-Cola
2. visionner la vidéo Coca-Cola au ralenti (c'est possible de le faire directement sur Youtube) et la mettre sur pause à chaque changement d'images. Pour chaque image demander aux élèves
Qu'est ce que l'image amène comme évoque (fraîcheur, santé, bien-être, plaisir, ...)?
A-t-elle un lien direct avec le produit mis en avant?
Pourquoi a-t-elle été intégrée dans la publicité?
3. Discussion avec les élèves sur l'objectif de ceux qui ont réalisé la publicité et ce qu'ils ont fait pour atteindre leur objectif.

Partie 2:

1. visionner la vidéo sur la sécurité routière
2. Demander aux élèves si les intentions des images sont les mêmes que pour la publicité Coca-Cola. Et qu'elles sont-elles?
3. Revoir la vidéo sur la sécurité routière et faire des arrêts à chaque image pour demander aux élèves l'objectif de chacune de celles-ci

Partie 3:

Pour vérifier que les élèves ont bien compris qu'il y a un derrière chaque publicité une réflexion sur le conditionnement affectif, on peut les faire travailler par groupe de 2-3 personnes.

1. Chaque groupe doit trouver une publicité et identifier le conditionnement affectif qui y apparaît
2. Présentation de la publicité choisie et expliquer aux autres groupes leur analyse
3. Discussion entre tous pour que chacun puisse donner son avis sur l'analyse du conditionnement affectif

DISPOSITIF DIDACTIQUE ET MATÉRIEL

Temps: 2 à 3 périodes (en fonction de la participation des élèves). L'activité peut être prolongée par l'analyse d'autres sources.

Organisation: La partie 1 et 2 se fait avec tout le groupe ensemble. La partie 3 se fait en groupe de 2-3 élèves avant de faire une mise en commun

1 local avec un ordinateur, un projecteur pour que chaque élèves puissent voir les publicités et des baffles pour entendre le son des vidéos. Pour avoir accès aux vidéos, le local doit disposer d'une connexion internet.

Pour la partie 3, le travail en groupe de 2-3 élèves, il faut que chaque groupe ait soit un ordinateur, soit une tablette pour trouver une publicité et l'analyser.

NOTES

Vidéo Coca-Cola:

Vidéo sécurité routière:

LA PLACE DE L'ÉDUCATION AUX MÉDIAS

Analyser des publicités par rapport aux conditionnements affectifs. Ceci pour que les élèves puissent identifier les attentes et effets du média. Mais aussi qu'ils puissent se rendre compte de l'effet que peut avoir un média sur leurs émotions et ressenti.

5 PÉDAGOGIES DE L'EAM

CATÉGORIES DE MÉDIAS

[Publicité](#)



[Lien vers le contenu](#)