

La musique des pubs

AUTEUR : Marq Delphine

INSTITUTION : la P'tite école - rue Emile dupont, 6 - 6987 Rendeux

SITE WEB : [Site de l'école](#)

CATEGORIE : [Internet et ses applications](#) [Outils informatiques](#) [Publicité](#) [Radio](#)
[Télévision](#)

NIVEAU

Type d'enseignement : Ordinaire

Niveau d'enseignement : Fondamental Primaire

Classe (s) concernée(s) : de la prématernelle à la 6ième primaire

ou

Type d'organisme : -

Fédération : -

Public : -

CHAPEAU

Lors des ateliers multi âges et interdisciplinaires organisés tous les vendredis pour tous les enfants de l'école, ceux-ci vont d'abord découvrir les évocations que la musique peut inspirer puis ils vont analyser différentes publicités utilisant la musique comme support du message. Enfin ils vont pouvoir créer eux-mêmes une publicité.

COMPÉTENCE(S) VISÉE(S)

LECTURE :

Compétences informationnelles :

comprendre la nature hétérogène constitutive du média
considérer l'impact informationnel de l'environnement médiatique sur le message
tenir compte de la diversité des approches possibles d'un même message médiatique
et de leurs effets sur sa perception de son contenu ;
apprécier le degré de véracité du contenu transmis

En analysant des publicités, leur contenu et le média par lequel elles sont diffusées,
les enfants développeront ces compétences.

Compétences techniques :

identifier les techniques utilisées pour produire le média ;
comprendre les infrastructures techniques utilisées pour diffuser le média et le donner
à lire ;
repérer les possibilités d'interaction offertes par le média et de pouvoir les mettre en
œuvre

L'utilisation d'Internet et du tableau numérique permettront le développement de ces
compétences.

Compétences sociales :

analyser les intentions de l'auteur du média en observant les démarches que celui-ci
met en œuvre ;

Lors de l'écoute des musiques et de l'analyse des publicités, les enfants se poseront
des questions sur les intentions des auteurs et pourront comparer diverses façons de
les mettre en œuvre.

ECRITURE

Compétences informationnelles :

exploiter l'hétérogénéité qui peut être constitutive de l'objet médiatique (ses sons,
images fixes ou animées, textes, hyperliens, code source, ...) selon les typologies
d'usage
prendre conscience de la diversité des approches possibles d'un même objet
médiatique et de leurs effets sur la perception de ses contenus
utiliser les systèmes de signes pour tenter d'orienter l'interprétation du lecteur

Ces compétences seront développées dans la phase de création du projet où les
enfants devront se poser les bonnes questions et utiliser les bons canaux afin que leur
publicité fonctionne sur leurs parents lors de la fancy fair.

Compétences techniques :

identifier les appareils et les infrastructures techniques possibles pour écrire en
fonction de la nature du média à produire
utiliser la technique d'écriture et l'infrastructure technique de diffusion appropriées à
ses moyens et à ses besoins

Pour créer leur publicité, les enfants devront choisir le média qui leur semble le plus
approprié (sketch avec une bande son, vidéo, bande son seule,...) et donc ils
développeront ces compétences.

COMPÉTENCES SOCIALES :

comprendre le contexte dans lequel l'auteur a écrit le message ;
s'informer sur ce contexte si nécessaire ;
interroger, dans ce contexte, son identité de producteur de média
tenir compte de l'identité du destinataire du message, se questionner sur son statut social, économique, culturel en tant que récepteur du message
expliciter ses intentions avant d'écrire le message et s'interroger sur celles-ci ;
gérer l'expression de ses intentions dans le message en fonction de l'identité du ou des destinataire(s) et du contexte de la communication

Lors de l'écoute des musiques puis de l'analyse de publicités et enfin de la création des publicités, les enfants devront s'efforcer de comprendre les contextes des différents médias, de s'interroger sur ceux-ci et d'identifier celui dans lequel leur projet s'inscrit. Ils devront aussi prendre position en tant que producteur de message qui se veut convaincant et identifier le contexte des destinataires.

Compétences en navigation médiatique et en organisation médiatique.

DÉROULEMENT DE L'ACTIVITÉ

ACTIVITÉ POUR TOUTES LES CLASSES :

Objectif

-Percevoir une émotion ressentie à travers une musique de film (avec et sans le visuel)

Déroulement :

1) Annonce de l'objectif 5 min (travailler sur les médias : tablettes reçues à l'école)

2) L'activité :

a- Réfléchir individuellement (dessiner ou écrire) à différentes émotions que l'on pourrait ressentir en écoutant une musique (support feuille) 5 min

b- Mise en commun des émotions : petites fiches rapides à faire en fonction des réponses des enfants (prévoir les émotions "classiques" avant l'activité) : écrire l'émotion + dessin 5 min

-> Les grands écrivent / les petits dessinent en fonction du code

c- Ecoute des différents extraits

- comique
- la joie/la gaieté
- tristesse
- peur/angoisse
- amour

La musique peut aussi provoquer un état intérieur (autre qu'une émotion), un effet sur le corps

d- Après chaque musique (auditif) puis (visuel/auditif)

--> échange en petits groupes des émotions ressenties : après l'auditif

--> échange collectif : après le visuel et l'auditif (A-t-on le même ressenti lorsqu'on écoute uniquement la musique et lorsqu'on l'écoute et qu'on la regarde? Qu'est-ce qui change?)

La musique est-elle bien choisie en fonction des images que vous avez visionnées?
Quelle était l'intention de l'auteur?

e- Et si la musique était différentes? Extraits décalés musique/film

Le support musical est important (le rôle de la musique est important)

(à partir de 3min05)

<https://www.youtube.com/watch?v=DNyKDI9pn0Q> Cette vidéo n'est pas disponible en Belgique pour des raisons de droits d'auteur.

ACTIVITÉ POUR TOUTES LES CLASSES

1. Présentation du projet publicité + qu'est-ce qui tourne autour de la pub ?

Affiche, slogan, musique, vidéo, célébrité.
Nous allons travailler sur la musique en ateliers.

1. Écoute d'une musique + dessin / traits au pastel + invention d'un titre (ind)
2. Après chaque musique : mise en commun

Partage du ressenti, de l'émotion
Puissance du trait
Mouvements du pastel
Couleur utilisée
Que raconte la musique ?
Partage des titres

1. Associer les vrais titres aux 4 musiques précédemment écoutées (ind à coll)
2. Associer une image « émotions » à une musique (ind)
3. Mise en commun après chaque musique
4. Marcher sur des musiques.
5. Inventer une musique, un rythme en fonction d'une émotion donnée (par groupe).
6. Mise en commun

ACTIVITÉ DES 3ÈME ET 4ÈME PRIMAIRES

Séance 1 : Le fonctionnement d'une publicité (1 période et demi)

"Nous allons travailler ensemble sur la publicité et apprendre à avoir un regard critique sur celle-ci. Pour cela, je vais vous distribuer un questionnaire pour voir où vous vous situez par rapport à la publicité. Il n'y a pas de mauvaise réponse."

Tous les élèves répondent à un [questionnaire](#) sur leur rapport à la publicité en général. Nous mettons en commun et discutons autour de leurs réponses.

→ Mise en activité :

"Maintenant, nous allons visionner plusieurs publicités et nous allons apprendre à les analyser. Pour cela, je vais vous distribuer une grille d'analyse que nous allons lire et découvrir ensemble".

- Lecture de la grille (analyse des différents titres des colonnes pour s'assurer de la compréhension). En fonction de l'âge, on peut sélectionner avec les enfants le nombre de colonnes à compléter pour chaque publicité.

- Projection des publicités sur le vidéoprojecteur. A chaque publicité, les élèves remplissent [la grille](#) et nous en discutons immédiatement.

→ Points à aborder durant les discussions : le financement et le rapport à l'audimat, l'utilisation des stéréotypes, les façon de créer l'envie d'acheter, de choquer, de pousser à la consommation...

Séance 2, 3 et 4 : Créer soi-même une publicité (3 périodes)

Par groupes, les élèves choisissent un produit ou l'inventent et créent une publicité à partir de ce produit. Les élèves doivent penser un scénario, trouver un slogan et compléter la grille d'analyse de départ pour la publicité qu'ils vont créer afin qu'ils aient le "squelette" de celle-ci.

- Lorsque tout sera bien ficelé, chaque groupe d'enfants présentera sa publicité au reste de la classe.

- Pour terminer, nous allons filmer (en utilisant les tablettes) la présentation de chaque publicité. Chaque élève devra donc apprendre à allumer/éteindre une tablette, ouvrir et utiliser l'outil vidéo des tablettes.

Par la suite, nous les visionnerons ensemble grâce au vidéoprojecteur.

ACTIVITÉ DES 5ÈME ET 6ÈME PRIMAIRES

1. Visionnage de différentes publicités.
2. Réflexion individuelle : quelle est la publicité qui m'attire le plus, celle qui me donne envie d'acheter ? + justification du choix.
3. Partage - mise en commun
4. Analyse des différentes publicités par petits groupes :

Produit mis en avant

Moyens employés (vidéo, musique, image, star ...)

Public visé

Diffusion la plus appropriée (radio, TV, internet : réseaux sociaux) + justification du choix

Heure de diffusion + justification du choix

1. Replacer des publicités dans la journée + la diffusion (radio, TV, internet : réseaux sociaux) par petits groupes.
2. Partage - mise en commun
3. Réalisation d'une publicité filmée : les enfants doivent réaliser par petits groupes la publicité d'un même produit mais le public visé est différent.
4. Partage et comparaison des réalisations.

ACTIVITÉ DES 1ÈRE ET 2ÈME PRIMAIRES

Découverte de la publicité :

1. Par groupes, les enfants découpent dans des magazines, des journaux, ... des publicités.

2. Mise en commun des publicités sélectionnées. Discussion autour de la publicité :

- Qu'est-ce qu'une publicité ?

Vérifier si toutes les publicités découpées en sont bien. Puis, enlever celles qui n'en sont pas.

- A quoi sert-elle ?

Identifier dans les publicités découpées, les différentes intentions.

- Où peut-on en rencontrer ?

Les enfants expliquent les situations dans lesquelles, ils ont déjà rencontré des publicités.

Se rendre compte que les publicités sont omniprésentes...

L'enseignante montre différents supports où la publicité peut se retrouver : télévision, magazines, journaux, films, affiches, ...

Devoir d'une semaine : être attentif aux publicités et recopier celles rencontrées. Puis, mise en commun du devoir en classe. Combien en avez-vous rencontrées ? Où ? ...

Analyse de la publicité :

1. Hypothèses : Les enfants répondent à la question : De quoi est composée une publicité ?

Ensuite, pour vérifier leurs hypothèses, ils observent plusieurs publicités afin d'en dégager les caractéristiques.

2. Mise en commun des outils utilisés pour réaliser une publicité.

- Logo
- Marque
- Image
- Musique
- Personnages
- Couleurs
- Slogan
- ...

3. Jeu : l'enseignante fait deviner des publicités connues par les enfants en montrant des logos, des images, en faisant écouter des slogans, des musiques, ...

4. Conclusion : nous sommes attirés par ces produits grâce à / à cause de tous ces outils qui sont mis en place. A force de rencontrer les publicités, elles sont ancrées en nous.

Faut-il croire aux publicités ?

1. Montrer différentes publicités aux enfants et leur demander ce qu'ils aimeraient acheter.

2. Utiliser ces publicités dans les ateliers. Chaque atelier a son produit et sa publicité. Le but est de comparer la publicité avec le produit réel. Les enfants écrivent leurs observations sur une feuille.

3. Mise en commun des observations et des réflexions de chacun.

4. Elaboration d'une conclusion en commun

--> se méfier des publicités, elles ne sont pas toujours authentiques ...

DISPOSITIF DIDACTIQUE ET MATÉRIEL

Étapes générales qui concernent tous les élèves mais qui seront bien évidemment adaptées en fonction des niveaux des élèves.

Les périodes seront réparties autant en classe, durant les apprentissages, (par exemple une compréhension à la lecture sous la forme d'une publicité ou une leçon d'histoire sur un compositeur entendu pendant les ateliers) que pendant les ateliers multi âges du vendredi :

1. Introduction du projet : 6 périodes par élève.

Écoute de différents types de musique et identification des émotions, des messages qu'elles expriment.

Utilisation des tablettes et d'internet pour rechercher des informations sur les compositeurs et sur les intentions qu'ils avaient en créant cette musique.

Les élèves pourront choisir un extrait à partir duquel ils pourront raconter ou écrire (en fonction de leur niveau) ce que la musique leur inspire.

2. Analyse des publicités : 6 périodes par élève.

Les élèves seront invités à partager ce qu'ils connaissent de la publicité, donner des exemples, identifier à quoi elle sert, repérer les messages sous-jacents...

Comprendre pourquoi la publicité fonctionne et nous donne envie d'acheter le produit qu'elle vante.

Quels sont les différents vecteurs utilisés par la publicité pour nous toucher : paroles, visuel, musique, émotions,...

A quoi faut-il être attentif pour qu'une publicité fonctionne ? (Le contexte, les destinataires du message,)

3. Création de publicités : 12 périodes.

Grâce à l'analyse des publicités et de leur contexte et aux écoutes musicales, les élèves, par petits groupes, créeront des publicités à présenter aux parents lors de la fête de l'école. Ils pourront les réaliser sous forme de sketches ou de vidéos.

Il leur faudra trouver ce qu'ils veulent vanter grâce à leurs réalisations mais aussi le message et la musique qui le soutiendra.

Tablettes, Hauts-parleurs, matériel de dessin, vidéoprojecteur, écran

NOTES

Ces différentes activités ont été commencées mais nous n'avons pas encore eu le temps de tout réaliser.

Les enfants accrochent bien et le temps prévu devra sûrement être allongé.

LA PLACE DE L'ÉDUCATION AUX MÉDIAS

L'ÉDUCATION AUX MÉDIAS C'EST :

« un renforcement de la réflexion de chaque citoyen vis-à-vis des médias : un mouvement volontaire de distanciation intellectuelle et affective par rapport à l'expérience médiatique ordinaire, une prise de conscience critique et une connaissance des enjeux de la vie personnelle et sociale liés à la communication médiatisée. L'exercice d'un regard créatif sur le média et le développement de capacités d'expression et d'innovation dans la communication médiatique »

Par notre projet, nous allons aider les enfants à prendre du recul face à la publicité qui les bombarde dans tous les médias auxquels ils sont confrontés. Le but est qu'ils aient conscience des processus qui sous-tendent la publicité et de les aider à les décortiquer et donc prendre de la distance et avoir un œil critique sur la publicité. Nous allons aussi leur permettre de se mettre dans la peau de ceux qui créent les publicités afin de les rendre acteurs et créateurs en utilisant tous les outils qu'ils auront découverts grâce à ce projet.

5 PÉDAGOGIES DE L'EAM

CATÉGORIES DE MÉDIAS

[Internet et ses applications](#)

[Outils informatiques](#)

[Publicité](#)

[Radio](#)

[Télévision](#)



[Lien vers le contenu](#)