

VOUS AVEZ DIT PUB ?

Découvrir les multiples visages de la publicité

Socles de compétences	<ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> Orienter sa lecture en fonction de la situation de communication <input type="checkbox"/> Saisir l'intention dominante du texte <input type="checkbox"/> Reconnaître un nombre diversifié de documents en identifiant la structure dominante <input type="checkbox"/> Organiser selon un critère des données issues de contextes divers
Références programme	
Objectifs	<ul style="list-style-type: none"> ■ Classer des publicités. ■ Rédiger une définition de la publicité. ■ Identifier des formes de publicités peu ou pas reconnues comme telles.
Durée	2 périodes
Mise en situation	<p>Noter au tableau le mot « publicité ». Demander aux élèves de venir noter les idées, les mots qu'ils y associent.</p> <p>Mettre en évidence les groupements possibles : moment où on les voit, les entend, forme, utilité...</p> <p>Demander aux élèves qu'ils apportent des publicités sans préciser davantage la consigne.</p>
Déroulement	<ol style="list-style-type: none"> 1. Observer le matériel rassemblé et isoler ce qui ne serait pas publicité. (Travail en équipe) 2. Identifier les attributs des objets qui ont permis de les considérer ou non comme publicité. (Travail en équipe) 3. Mettre les critères en commun. 4. Ajuster le classement. (Travail collectif) 5. Définir la publicité à partir des caractéristiques relevées. (Travail en équipe) 6. Créer une définition pour la classe. 7. La confronter à des définitions d'ouvrages de références : dictionnaire, encyclopédie... 8. Classer les publicités. (Travail en équipe) 9. Comparer les critères de classement : type de support, public-cible, type de produit...
Matériel	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Les publicités apportées par les élèves ▪ Des publicités multi-supports et multi-formats : publi-reportages, folders, objets publicitaires ou portant un logo, publicités enregistrées à la télévision, à la radio, sur Internet, photo de panneaux publicitaires... ▪ Des objets, photos de presse, magazines... ▪ Dictionnaires, encyclopédies. ▪ Affiches blanches, marqueurs. ▪ TV et magnétoscope/lecteur DVD ou PC et projecteur multimedia
Ressources	<p>KAPFERER J.-N., « <i>L'enfant et la publicité : les chemins de la séduction</i> », Les Éditions Dunod, coll. Communications, Paris, 1985</p> <p>ROUCHIÉ TH., « <i>Lire et comprendre la publicité</i> », Éd. Retz, 2000</p>
Prolongements	<p>Rechercher les publicités cachées (port de vêtements de marque, produit utilisé dans les films, les émissions TV, dossiers pédagogiques...)</p> <p>Fiche2</p>