Analyse des représentations de l’image de soi et de la socialisation numérique dans 2 spots publicitaires.

|  |
| --- |
| Auteur : Isabelle ColinPublic visé : 5ème - 6ème primaire, 1re - 2ème secondaire Matériel :* Spots publicitaires (Coca Cola, Canon)
* Dispositif de projection
* Tableau

Durée totale : 15O min (pour le traitement en détails des 2 spots et un temps de création)Nombre de séquences : 3 |

|  |
| --- |
| Objectifs**:**Axe informationnel et social* Lire : préciser la notion de *représentation* (comment la réalité est-elle représentée, quel est l’impact de ces représentations sur notre perception de la réalité) dans un spot publicitaire.
	+ décrire des images et des sons
	+ distinguer signifiant et signifié (représentations), dénotation et interprétation
	+ préciser le rôle d’un spot publicitaire
* Organiser : expliquer l’utilisation des représentations en tant que stratégie publicitaire (quel lien peut-être fait entre les représentations publicitaires et nos comportements)
	+ repérer des représentations de personnes, de relations, de lieux et en dégager le sens
	+ comprendre des représentations en fonction de l’objectif du message qui les contient
	+ établir des liens de causes à effets entre les éléments d’un système
* Ecrire/parler : exprimer ses propres représentations, faire l’hypothèse de leurs origines, les comparer à celles du spot, en proposer de nouvelles
* Ecrire/parler : concevoir un spot audiovisuel pour évoquer la socialisation numérique, utilisant des représentations de la communication et des TIC, à destination d’un public cible

Concepts : (TIC) socialisation numérique, avatar, jeux vidéo, image de soi, communication interpersonnelle, stéréotype, réel / virtuel, individu / groupe, égocentrisme /collectif, apparences. (Pub) promesse, bénéfice, insight, public cible, système économique, désir/besoin, valeur symbolique/ valeur marchande  |

|  |
| --- |
| **Déroulement**  |
| ***L’idéal est de prévoir une séance pour l’analyse d’un premier spot puis une deuxième pour effectuer le transfert et enfin une troisième pour la mise en œuvre des compétences***Partie 1 analyse du spot 11. Visionnement en grand groupe (cf spots ds la drop box)

Récolte des réactions spontanées, organisation des échanges d’avis et conservation des tracesVérification de la compréhension du spot dans son ensemble en le faisant raconter par 1 ou 2 élèves. Un questionnement plus ciblé et un apport d’informations suivront afin de mettre en évidence des éléments qui seraient manquants (objectifs et stratégies publicitaires, langage audio-scripto-visuel, publics, représentations)Structuration/regroupement des traces en catégories afin de distinguer éléments explicites et implicites, descriptions et interprétations. Ce travail débouchera sur diverses questions concernant les représentations (cf. annexe).1. Répondre aux questions par écrit, individuellement (en classe ou à la maison) ou par

couple (plus rapide pour la présentation). Il s’agit de mettre en évidence les représentations des TIC, des notions d’image de soi et de socialisation numérique à l’œuvre dans le spot et de les confronter à son expérience personnelle. |
| Partie 2 analyse du spot 21. Exposé et synthèse des réponses aux questions.
2. Visionnement et questionnement à propos du spot 2
3. Synthèse globale
 |
| Partie 3création d’un scénario de spot1. Réflexion en grand groupe

Rappel de l’objectif de la publicité, de l’usage qu’elle fait des représentations et inventaire de stratégies Rappel des éléments de synthèse à propos des représentations1. Travail par petit groupe **:**

Décision des représentations à utiliser/créer pour communiquer un message publicitaire pour un produit à déterminer, à destination d’un public à déterminer.  |
| Annexes1. Suggestion de questions Coca* Quelle représentation de la société la pub propose-t-elle ? Trouves-tu cette représentation proche de la réalité ? Donne un exemple.
* Quel rôle jouent les NTIC dans l’élaboration des relations interpersonnelles ? Peux tu donner un exemple de ce rôle dans ta propre vie ?
* Comment les personnages se comportent-ils ? De quel personnage te souviens-tu particulièrement ? Qu’en penses-tu ?
* Comment apparaît le « héros » ? T’es-tu déjà senti comme ça dans un groupe ?
* Quelles sont les valeurs représentées dans le spot et pourquoi sont elles utilisées pour vanter un produit comme coca ?
* …

Canon* Quelles technologies sont présentes dans le spot ? Que permettent-elles ?
* Te photographies-tu avec tes amis ? Pourquoi ? Pour qui ?
* Modifies-tu tes photos ? Pourquoi ? Pour qui ?
* …

2. Les adolescents branchés. Lettre d’info VST Juin 2006. (cf DB Thème 2 doc Isa CAVL) |