

Préparation de leçon

La publicité et les jeunes

1. Comparez :

CONSIGNES : Comparez cette affiche et le spot que vous allez voir. Quels sont leurs points communs et leurs différences ?

Soyez attentifs au produit, aux informations sur le produit, à ce qui est écrit ou dit et à ce qui est montré ou représenté.

Questions :

- Points communs :

- Quel est le produit présenté ? Quelle est sa marque ?

Yop

- Comment savez-vous qu'il s'agit du Yop ? Comment appelle-t-on ce signe ?

La marque – Le logo

- Savez-vous comment s'appelle le symbole que l'on donne à une marque ?

Le logo

- Quel est l'argument de vente des deux publicités ? Que procure le Yop à celui qui le boit ?

L'énergie

- Comment est représenté le fait que le Yop donne de l'énergie dans les deux publicités ?

Le yaourt explose, une dame et des objets volent dans tous les sens sur l'affiche et un jeune s'agite dans tous les sens dans le spot.

- Différences :

- Le support est-il identique dans les deux cas ?

Non, une affiche et un spot/vidéo

- Les deux publicités reprennent-elles une formule brève et frappante pour accrocher l'attention ? Exemple = Champomy d'abooooord ! Tout le monde se lève pour Danette ! Comment appelle-t-on cela ?

Le slogan : l'affiche ne montre pas de slogan mais le vidéo si (Yop...et hop) !!! RIMES !!

POINTS COMMUNS	DIFFÉRENCES
- Produit	- Affiche (image arrêtée) – spot publicitaire (plusieurs images, mini film)
- Donne de l'énergie (10'')	- un jeune VS une dame
- Une personne s'agite dans tous les sens	- Slogan (/ VS Yop... et hop)
- Logo	

2. Analyse et exercice

CONSIGNES : observez la publicité et analysez-la en fonction de la musique, du texte, de l'image, des procédés et figures de style et des stéréotypes.

1. Analyse en fonction des procédés techniques

1.1. Correspondance texte et image

Quelles correspondances pouvez-vous établir entre les images et ce qui est dit ou écrit dans la publicité ?

- a) La banque de la Poste a observé les jeunes. Tout au long de la publicité, elle nous décrit les comportements, les sentiments, les intérêts des jeunes.
- b) Assure au moins à l'écrit ! : correspondance entre l'examen oral raté et le Bic qui permet de réussir l'examen écrit. En France, si on réussit l'examen écrit, on ne doit pas passer l'examen oral. Donc le Bic permettrait de ne pas passer l'oral.

Y a-t-il un **slogan** ? NON

1.2. Procédés et figures de style

La vidéo utilise-t-elle une technique particulière ? Est-elle accompagnée par un fond sonore ?
À quoi sert-il ?

- a) Oui : toujours la même musique, tout le temps. Soutient l'aspect mou, nonchalant du jeune. + voix off.
- b) Les paroles des acteurs mais pas de musique ni de voix-off.

Quels sont les **procédés** utilisés par la publicité ? Recourt-elle à la surprise, à la beauté, à l'humour, au luxe, à la ressemblance à la réalité, à l'exagération, à des jeux de mots, etc. ?

- a) Ressemblance avec la réalité
Exagération, hyperbole
Humour/ironie (on fait entendre l'inverse de ce que l'on veut dire)
Métaphore (félin, marque son territoire = animal - chat).
- b) Ressemblance avec la réalité
Humour
Exagération, hyperbole.

1.3. Représentations du jeune

Comment est présenté le jeune dans cette publicité ?

- a) Le jeune a une mauvaise hygiène. Il n'a pas beaucoup de relations sociales : il ne parle pas beaucoup et n'échange pas avec les autres (famille, amis). Il n'articule pas. Il ne

comprend pas ce qu'il lit et le monde qui l'entoure. Et le monde qui l'entoure ne le comprend pas non plus. Il est tout seul et est incompris.

b) Il n'est pas très intelligent et n'est pas capable de réussir un examen oral.

a) **Pensez-vous que ces représentations sont vraies ? Pourquoi ?**

NON. Ce sont des stéréotypes. Beaucoup d'adultes voient le jeune comme un fainéant, désagréable, qui n'étudie pas, etc. Mais TOUS les jeunes ne sont pas comme ça.

Comment appelle-t-on le fait de généraliser une chose que l'on pense vraie et qui en fait ne l'est pas du tout ?

Cliché/préjugé/idée préconçue, injustifiée.

b) **Qualifierais-tu ces représentations de stéréotypées ? Pourquoi ?**

OUI. Tous les jeunes ne ratent pas leur examen oral.

3. Approche critique

Quelles sont les intentions du concepteur de la publicité ?

Faire connaître, faire vendre le produit, faire rire.

Quels sont les arguments utilisés pour faire vendre le produit ? Pour quelles raisons faudrait-il acheter ou utiliser ce produit ?

a) Avant de créer le compte, la Poste a observé les jeunes et les connaît mieux que personne.

b) Permet de réussir un examen écrit

4. Synthèse

CONSIGNES : *élaborez une synthèse sur le vocabulaire de la publicité et ses procédés.*

Saviez-vous qu'en moyenne, par an, un enfant voit 50 000 spots publicitaires à la TV ?

a) Le vocabulaire de la publicité

Le support : c'est l'élément où va apparaître la publicité.

Ex : affiche, vidéo

Le slogan : c'est une formule brève et frappante qui accroche l'attention et qui reprend le nom du produit.

Ex : Yop...et hop !

Le logo : c'est le symbole d'une marque ou d'une fabrique.

Montrer la feuille des exemples de logos

L'argument : c'est la raison donnée pour faire acheter le produit.

Ex : Yop donne de l'énergie/Avant de créer le compte, la Poste a observé les jeunes et les connaît mieux que personne.

b) Procédés et figures de style utilisés

Le son - la musique - la voix-off

Métaphore : figure de substitution, comparaison incomplète

Ex : félin, marquer son territoire => le jeune urine pour marquer son territoire (comme) le fait un félin.

La ressemblance avec la réalité : les comédiens jouent des situations réelles de la vie quotidienne.

Ex : la vie d'un jeune

L'hyperbole : exagération du sens.

Ex : le jeune est représenté comme quelqu'un qui n'est pas intelligent, qui n'étudie pas. Il n'est pas agréable, n'échange rien avec sa famille, ne se lave pas, ne comprend pas le monde qui l'entoure, n'articule pas.

L'ironie : manière de se moquer en disant le contraire de ce qu'on veut faire comprendre.

Ex : « Ses relations sociales sont élaborées » => il ne parle pas.

« Le repas du soir est un moment d'intenses échanges » => aucun bruit

Le préjugé / le stéréotype / le cliché : opinion préconçue, toute faite.

Ex : le jeune est bête, n'étudie pas, n'articule pas, ne parle pas, n'est pas agréable,...

5. Compétences

1. Lire

a) les sens inférentiels

- prendre conscience du fait que le sens littéral ne suffit pas
- identifier les endroits du texte (oral) qui font problème et requièrent une interprétation : métaphores, ironie
- repérer des stéréotypes

b) exercer son esprit critique

c) décoder les images et les productions audiovisuelles

- Identifier les éléments spécifiques du langage audiovisuel
- Analyser les rapports entre les éléments visuels, écrits et sonores.
- Repérer des paramètres sonores et visuels qui orientent le point de vue

Communelanguage.COM

Enoncé précis et écrit des publicités

Yop :

Un ado a souvent des coups de pompes mais il existe un moyen efficace pour le stimuler

Yop

Du yahourt, du calcium, tout ce qu'il faut pour lui donner de l'énergie.

Efficace, non ?

Energie + calcium, Yop et hop.

Bic :

Un cerveau ?

- Le cerveau a des capacités tellement étonnantes qu'aujourd'hui, pratiquement tout le monde en a un.
- Mmh, c'est pas si sûr.

Assure au moins à l'écrit !

Bagoo :

Attention, le voici, puissant, félin, redoutable : le jeune.

- Il est 10 heures ! Lève-toi !
Sa toilette obéit à un rituel complexe. Il aime à marquer son territoire.
- Tu peux pas tirer la chasse ? non ?
Ses relations sociales sont élaborées.
- Tire-la toi-même !
Le jeune a des amis.
Le repas du soir est un moment d'intense(s) échange(s).
- Mais articule !
- Et gnagnagna.
Suivant les moments de la journée...
- Je sors !
il arbore différentes parures.
- Où ça ?
- Dehors !
- Où ?
Il est dans un monde qu'il ne comprend pas...
- Tout ce qui est certain n'est pas certain
et qui ne le comprend pas !
- N'importe quoi !
Avant d'avoir créé un compte pour les jeunes, nous les avons observés...

Méthodologie :

ACTIVITÉ DE LA STAGIAIRE	ACTIVITÉ DES ÉLÈVES
Présentation personnelle et journal de classe	
Consignes pour la comparaison de l’affiche et du spot	
La stagiaire montre la vidéo (Yop) + comparaison	Observation de l’affiche et de la vidéo + comparaison
Analyse d’une vidéo (Badoo) : la stagiaire pose des questions précises afin d’élaborer une grille d’analyse.	Les élèves répondent oralement et complètent leurs notes.
La stagiaire demande aux élèves d’élaborer une synthèse sur le vocabulaire et les procédés de la publicité.	Les élèves répondent aux questions, complètent leur tableau vierge et donnent des exemples vus.
Présentation d’une autre vidéo (Bic) pour un exercice.	Les élèves par groupe de deux complètent la grille d’analyse.
S’il y a encore du temps : autre vidéo (beaucoup de temps) ou demande de réflexion sur la citation de la bulle (peu de temps).	S’il y a encore du temps : élèves analysent une autre vidéo ou réfléchissent sur la citations de la bulle.

Pré requis :

Vocabulaire poétique : rime, comparaison, métaphore.

Logos



CommuneLangue.COM

CommuneAngue.com

Documents pour les élèves

La publicité et les jeunes

1. **COMPAREZ** cette affiche et le spot que vous allez voir.

Complétez le tableau en distinguant leurs points communs et leurs différences. Soyez attentifs au produit, aux informations sur le produit, à ce qui est écrit, dit et à ce qui est montré ou représenté.



POINTS COMMUNS	DIFFÉRENCES

2. OBSERVEZ ET ANALYSEZ : Le compte jeunes Badoo de la banque de la Poste.

1. Analyse en fonction des procédés techniques

1.1. Correspondance texte et image

Quelles correspondances pouvez-vous établir entre ce qui est dit et les images que montre la publicité ?

Y a-t-il un slogan ?

1.2. Procédés et figures de style

La publicité est-elle accompagnée d'un fond sonore ? A quoi sert-il ?

Quelles sont les figures de style utilisées dans la publicité ? Expliquez.

1.3. Représentations du jeune

Comment est représenté le jeune dans cette publicité ?

Pensez-vous que ces représentations sont vraies ? Pourquoi ?

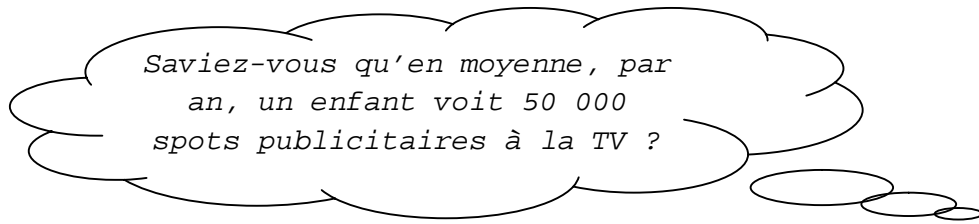
Comment appelle-t-on le fait de généraliser une représentation que l'on croit vraie alors qu'elle ne l'est pas forcément ?

2. Approche critique

Quelles sont les intentions du concepteur de la publicité ?

Quels sont les arguments utilisés pour faire vendre le produit ?

3. SYNTHÉTISEZ



a) Le vocabulaire relatif à la publicité

CommuneLangue.COM

b) Procédés et figures de style

CommuneLangue.COM

4. EXERCICE : Bic, Passe le bac !

1. Analyse en fonction des procédés techniques

1.1. Correspondance texte et image

Quelles correspondances pouvez-vous établir entre ce qui est dit ou écrit et les images que montre la publicité ?

Y a-t-il un slogan ?

1.2. Procédés et figures de style

La publicité est-elle accompagnée d'un fond sonore ? A quoi sert-il ?

Quelles sont les figures de style utilisées par la publicité ? Expliquez.

1.3. Représentations du jeune

Comment est représenté le jeune dans cette publicité ?

Qualifierais-tu ces représentations de stéréotypées ? Pourquoi ?

2. Approche critique

Quelles sont les intentions du concepteur de la publicité ?

Quels sont les arguments utilisés pour faire vendre le produit ?