

Identifier l'information utile pour apprendre à choisir

Le contexte trimestriel

Nous sommes entourés d'informations qui s'efforcent de retenir notre intérêt, nous convaincre de partager une opinion, d'adopter une attitude ou de mettre en œuvre un comportement.

Ces informations se veulent le plus souvent attrayantes et séduisantes. La communication publicitaire en fait partie. L'approche des fêtes de fin d'année correspond à une période particulièrement chargée en propositions de nature à déclencher l'envie : pour nous ou pour les autres.

Etape 1 : identifier l'information pertinente

→ **Etape 2 : communication publicitaire, un jeu d'influences ?**

Etape 2

Communication publicitaire, un jeu d'influences ?

Objectifs

Se questionner plus particulièrement sur certaines communications publicitaires, pour bien en comprendre les leviers et faire le point sur les envies qu'elles peuvent créer, particulièrement en cette période de fêtes de fin d'année.

Ressources utiles

Fiche méthodo « L'impact d'une publicité presse » pour guider l'analyse comparative de communications publicitaires.

10 min pour sélectionner
2 communications publicitaires
que la classe va analyser

20 min pour procéder aux
analyses en groupes

10 min pour faire un bilan

10 min pour faire le point
à la rentrée de janvier sur
les cadeaux reçus

Déroulement

1. Analyse comparative de communications publicitaires (Fiche élève application 7)

Demander aux élèves de rapporter en classe quelques exemples de communications publicitaires.

Faire voter la classe pour en retenir 2 dont la démarche de communication sera analysée plus en profondeur.

Ensuite, travailler en groupes de 4 élèves.

- Que nous raconte la publicité ?
- Quelles informations pratiques sont apportées sur le produit ?
- A qui s'adresse cette publicité : enfants/adultes, garçon/fille, quel âge... ?
- Aurait-elle la même apparence à une autre période de l'année ?
- Que veut faire comprendre cette publicité ?

2. Comparer entre elles les démarches retenues et analysées (Fiche élève application 8)

Qu'est-ce qui fait le plus envie dans ce qui a été retenu ? Pourquoi ?

Essayer de décomposer les éléments qui créent de l'envie, en faisant le portrait de celui qui aime vraiment ce produit.

Faire voter la classe sur la campagne que les élèves préfèrent sur cette période de fêtes de fin d'année.

Pourquoi ce choix ? Comment les enfants le motivent-ils ?

3. Se connaître et savoir choisir (Fiche élève application 9)

Ressentir les particularités et la sensibilité propres à chacun : les avis qui s'expriment ne sont pas tous semblables, l'attrait d'un produit n'est pas forcément le même pour tous, les uns et les autres ne sont pas sensibles aux mêmes arguments.

- Les adultes sont-ils sensibles également aux arguments publicitaires ?
- Quels sont ceux qui peuvent les toucher, en particulier vis-à-vis de leurs enfants ?

4. Comparer une publicité s'adressant directement aux enfants et une publicité destinée aux adultes.

5. Bilan : aider les élèves à faire le point sur leurs envies (Fiche élève application 10)

- Comment peut-on faire le tri dans nos envies ?
- Quel impact la publicité a-t-elle sur nos envies ?
- Comment peut-on faire des choix ?
- Dans quels cas est-ce plus difficile ?

6. Mise en pratique du bilan (Fiche élève application 11)

Faire reprendre aux élèves leur liste de souhaits initiale et les inviter à procéder à un nouveau tri, sans nécessairement se limiter à trois objets. Que décident-ils d'éliminer maintenant et pourquoi ?

7. Assumer ses choix

Proposer de prendre du recul une fois la période des fêtes passée.

Chaque élève compare la liste de souhaits établie initialement avec ce qu'il a réellement reçu.

Il compare également sa satisfaction finale à ses envies initiales.

Son envie la plus forte correspond-elle à ce qui, à l'usage, lui donne la plus grande satisfaction ?

Maintenant, quel regard porte-t-il sur ce qu'il a souhaité, ce qu'il a reçu ?

- Il n'y a presque pas joué
- Il l'a reçu en double
- Il ne l'avait pas demandé, mais ça lui a fait plaisir
- Il a pu partager une passion avec un ami, son frère, sa sœur

La publicité a-t-elle joué un rôle dans l'émergence initiale de ses souhaits ?

De quelle manière ?

Fera-t-il sa liste différemment l'année prochaine ?

Que changera-t-il dans son approche, sa préparation ?

Pour aller plus loin

Organiser une bourse aux jouets

