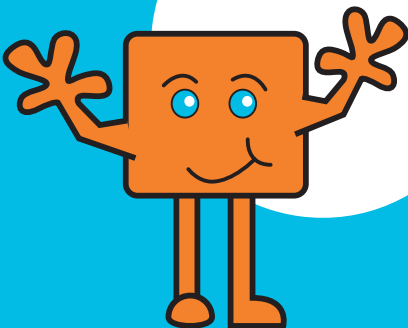




# Pour mieux comprendre la publicité, ses messages et ses mécanismes



Carnet de bord famille

Comment être  
**pubmalin**

# La démarche

## « Comment être pubmalin »

Traditionnellement les enfants accédaient à l'information à travers leurs parents, puis leurs enseignants. Aujourd'hui, ce n'est plus toujours le cas, car ni les uns ni les autres n'ont la possibilité de contrôler totalement les différentes sources de documentation et encore moins de filtrer la masse d'informations qu'elles diffusent.

Il faut donc apprendre aux jeunes générations à faire le tri entre toutes les informations qui les entourent, à apprécier celles qui leur seront réellement utiles, à évaluer les intentions des émetteurs divers. A côté des disciplines classiques (français, mathématiques...), une éducation à l'information, à l'image et aux médias est donc devenue légitime et nécessaire pour développer leur autonomie. Elle permet en outre d'adopter une concrétisation des apprentissages véritablement mobilisatrice pour les enfants.

Le type de communication qu'est la publicité intéresse doublement les enfants : à la fois pour ses objectifs (séduire) et pour ses multiples aspects particulièrement attrayants pour le jeune public, car empruntant à leur culture de l'image, de la musique, du sport, des jeux vidéo...

L'éducation au choix et à la recherche des sources d'informations pertinentes doit s'ancrer dans la vie de tous les jours.

La démarche « Comment être pubmalin » d'éducation aux médias et à la publicité suivie par la classe amène les enfants à exploiter toutes les opportunités que leur offre le calendrier de l'année scolaire, pour maîtriser en situation les flux d'informations générés

- par la période de fin d'année : la publicité commerciale et la maîtrise des envies,
- puis par la plus forte attention à la consommation d'énergie en hiver (éclairage, chauffage), à la santé... : la communication non commerciale, de sensibilisation et de prévention,
- pour terminer enfin par l'événement très attendu de la fête de l'école ; ils seront alors eux-mêmes producteurs d'informations.

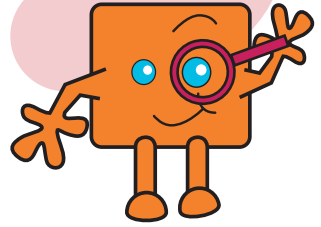
Au long des apprentissages réalisés avec la classe, les enfants deviendront à leur tour concepteurs et créateurs de démarches publicitaires.

En suivant le travail de vos enfants, et en les guidant dans leurs recherches et leur réflexion, vous verrez se révéler d'autres formes de compétences, qui leur confèrent une approche plus réfléchie du quotidien et des messages auxquels ils sont confrontés... et qui vous permettront de mieux les accompagner et les encourager dans leur évolution et le développement de leur libre choix.



# Période des fêtes de fin d'année

## Quelle information utiliser pour choisir ?



Les fêtes de fin d'année correspondent à une période très riche en messages et propositions de nature à déclencher l'envie.

### Ce que votre enfant a fait en classe

En classe, votre enfant a déjà fait un premier point sur ses envies et s'est efforcé d'identifier les influences qui s'exercent sur lui, ainsi que les codes et registres qu'utilisent les messages publicitaires.

### Comment l'accompagner...

Il a maintenant une recherche à faire, pour compléter les évocations faites en classe et réunir des exemples de communications publicitaires. Elles sont particulièrement nombreuses en cette période de fêtes de fin d'année, concernent un très grand nombre de produits, investissent des supports variés (animations de rue, vitrines, articles de magazines, catalogues, courriers promotionnels, mises en avant en magasins, annonces radio, presse écrite, télé, cinéma, internet...) et s'adressent aux enfants, aux parents, aux grands-parents, aux adultes.

### Pour quoi faire ?

A partir des éléments collectés, il sélectionnera ensuite avec la classe certaines campagnes à analyser de manière approfondie, pour déceler les leviers et arguments auxquels les élèves de la classe sont le plus sensibles.

## Pour aller plus loin sur ce thème en famille

La perspective des cadeaux à recevoir dans le cadre des fêtes de fin d'année est une formidable opportunité pour ranger sa chambre et faire l'inventaire des jouets et jeux depuis longtemps délaissés.

Ce peut être aussi l'occasion de faire réfléchir votre enfant pour l'inciter à éventuellement en faire bénéficier d'autres enfants moins favorisés.

- A-t-il beaucoup joué avec ? Comparez ensemble l'envie et l'usage.
- Discutez avec lui de sa liste de souhaits.
- S'il devait vanter les mérites d'un jouet à donner à un enfant, que dirait-il ?

# A l'écoute des messages de sensibilisation, prévention et citoyenneté

Au deuxième trimestre de l'année scolaire, lorsqu'il fait froid, que les jours sont courts et que l'on consomme plus d'énergie (pour se chauffer, s'éclairer, se déplacer) ou que l'on est attentif à sa santé, on peut se pencher sur la prévention : pour soi, pour les autres et pour l'environnement.

## Ce que votre enfant a fait en classe

Pour élargir le regard sur la publicité, et observer qu'elle peut aussi servir à promouvoir des démarches pour informer, sensibiliser le grand public à des sujets de santé, d'environnement ou à développer des comportements citoyens, votre enfant a évoqué avec la classe les thèmes de prévention ou de sensibilisation qui viennent à l'esprit en pensant à la santé, à la sécurité routière, au développement durable.

## Comment l'accompagner...

Les élèves ont retenu un thème à analyser plus en profondeur et doivent maintenant en petits groupes exploiter des sources d'information variées pour sélectionner ce qui est pertinent :

- publicités dans les magazines
- spots radio ou télévision
- courrier (papier ou électronique)
- affiches dans les rues
- sites de sensibilisation sur l'internet...

## Pour quoi faire ?

Cette sélection leur permettra d'approfondir l'analyse sur la manière dont ce thème est traité en communication.

Après avoir bien identifié les messages et les registres qui leur semblent les plus efficaces, les enfants mettront en œuvre ces apprentissages en concevant une campagne de sensibilisation qui sera déployée au sein de leur établissement scolaire.

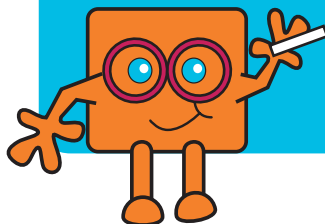
## Pour aller plus loin sur ce thème en famille

Vous mettez régulièrement en garde votre enfant contre les risques auxquels il peut être exposé au quotidien.

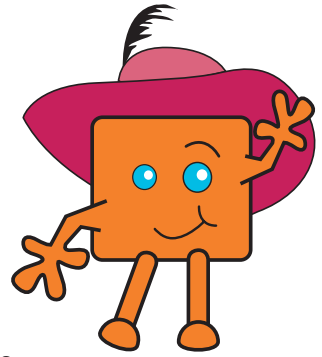
Recherchez ensemble les messages de sensibilisation, prévention qui relaient ou renforcent vos mises en garde pour aujourd'hui ou pour demain :

- accidents domestiques
- sécurité routière
- hygiène de vie
- respect de l'environnement
- ...

S'il devait transmettre à son petit frère ou sa petite sœur les bons comportements, comment procéderait-il ?



# Promouvoir la fête de l'école



La fin de l'année scolaire approche et avec elle la fête de l'école, pour partager un moment de détente, avec tous les membres de la communauté éducative.

## Ce que votre enfant a fait en classe

Les enfants ont exploité leurs souvenirs des fêtes passées pour déterminer les points à mettre en avant pour donner envie de participer ou de venir à la fête.

## Comment l'accompagner...

Votre enfant doit maintenant collecter des photos, des illustrations, des symboles évocateurs de la fête en général. Ces éléments vont guider sa réflexion et alimenter sa démarche créative.

## Pour quoi faire ?

Il va ensuite avec toute sa classe suivre une démarche créative pour aboutir à la conception et à la réalisation de la communication autour de la fête de l'école. Cette communication devra être adaptée aux différents publics auxquels elle s'adressera : les élèves pour les mobiliser, les parents pour obtenir leur contribution active, les invités pour leur donner envie de participer à la fête.

Les élèves vont s'aider d'outils graphiques disponibles sur le site [www.pubmalin.fr](http://www.pubmalin.fr) pour réaliser leurs différents supports promotionnels.

## Pour aller plus loin sur ce thème en famille

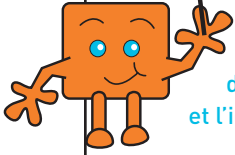
Avec le retour des beaux jours, on ouvre grand les fenêtres et on a envie d'espace. C'est le moment de faire un peu de tri et d'identifier ce dont on n'a plus besoin pour prendre part à un vide-grenier.

Mais qu'est-ce qui fera le succès d'une telle opération ?

Une préparation et une organisation à mener en famille.

- Le choix des objets à recycler : leur état, leur attrait, leur usage
- Comment intéresser le passant aux objets présentés ?  
Ont-ils une histoire ?
- Faire le bilan de l'opération : l'argent collecté, les dépenses effectuées, les objets qui sont facilement partis, ceux qui sont encore là.  
Que faudra-t-il améliorer pour la prochaine fois ?

Au  
quotidien !



## Pour aller plus loin...

Elles ne manquent pas les occasions qui permettent de compléter cette éducation à la communication publicitaire et l'identification des objectifs qu'elle poursuit, afin d'aider l'enfant à faire le point sur les éléments qui influencent ses choix, à essayer de les maîtriser, et à développer son libre arbitre.

- Préparer et faire le bilan d'une petite fête d'anniversaire
- Choisir un cadeau pour son(sa) meilleur(e) ami(e)
- Isoler une envie précise et en décèler les influences
- L'équipement pour la rentrée scolaire :
  - l'indispensable
  - l'utile
  - ce dont on pourrait se passer mais qui semble participer à la réussite de l'année scolaire
- Repérer les messages publicitaires sur un parcours familial en ville
- Les courses en grande surface :
  - identifier tous les supports et messages publicitaires
  - les regrouper par famille
- Choix des vacances :
  - les contraintes ou données fixes
  - les envies et les goûts de chacun
  - les influences extérieures y compris promotionnelles
- Identifier chaque mois un nouveau message de prévention et déterminer ses objectifs, à qui il s'adresse

Vous pouvez enfin exploiter en famille les fiches études de cas sur le site [www.pubmalin.fr](http://www.pubmalin.fr) pour vous livrer au jeu de l'analyse des campagnes présentées, en vous appuyant aussi sur les fiches méthodo pour décomposer un slogan ou une publicité.

Découvrez toute la démarche Pubmalin,  
les paroles d'experts, les conseils des partenaires sur [www.pubmalin.fr](http://www.pubmalin.fr)

