



**EMC, partageons !** se mobilise cette année à l'occasion de la semaine de la presse et des médias dans l'école, du 19 au 24 mars, dont le thème est « D'où vient l'info ? ».  
La séance proposée prend appui sur certaines pistes de la fiche pédagogique « Repérer la publicité à l'école » du dossier CLEMI 2018.

#### DOMAINE 1 : MOBILISER LE LANGAGE DANS TOUTES SES DIMENSIONS

**Objectif général :** caractériser différentes images, fixes ou animées, et leurs fonctions, et distinguer le réel de sa représentation

**Objectifs spécifiques :**

- Reconnaître une image publicitaire
- Comprendre le rôle de la publicité

Objectifs transversaux :

- L'écrit : « Découvrir la nature et la fonction langagière de ces tracés réalisés par quelqu'un pour quelqu'un. »
- Les productions visuelles : « Les enfants apprennent peu à peu à caractériser les différentes images [...] et leurs fonctions. »

### SÉANCE 1

#### ANNONCE DU PLAN (5 minutes)

**Thème**

« Aujourd'hui vous allez découvrir des images. Nous nous demanderons d'où elles viennent et à quoi elles servent. »

**Plan de séance**

Phase de recherche :

« Vous allez commencer par observer et classer des images par groupes, en discutant entre vous. »

Phase collective :

« Ensuite, nous nous regrouperons et nous parlerons tous ensemble d'une catégorie d'images en particulier, que vous allez apprendre à repérer aujourd'hui. »

#### PHASE DE RECHERCHE : ATELIER DE LANGAGE (15 minutes)

**Consigne 1**

« Vous allez observer et manipuler librement les images que vous avez sur votre table. » Puis, après avoir laissé un petit temps d'observation : « D'où viennent ces images ? »

**Consigne 2**

« Vous allez maintenant trier ces images, c'est-à-dire mettre ensemble certaines images ; il faudra essayer d'expliquer vos choix. »

Les élèves	L'enseignant
<p>1. Observent les images disposées sur la table. Les font passer parmi les élèves, les comparent.</p> <p>2. Font appel à leurs connaissances et à ce qu'ils ont repéré sur les images (document en couleur ou noir et blanc, type de papier utilisé...)</p> <p>3. Font un tri des images proposées.</p> <p>4. Discutent des images mises ensemble ou dans des groupements différents.</p>	<p>1. Propose diverses images (photos, dessins, infographies, publicités...) issues de journaux et magazines.</p> <p>2. Demande " D'où viennent ces images ?" Montre les documents et fait émerger le vocabulaire : journal/aux, magazines, pour qu'ils identifient le support.</p> <p>3. Circule dans les rangs, guide, aide à l'analyse des images.</p> <p>4. Amène les élèves à discuter des images : points communs, différences...</p>

**PHASE COLLECTIVE (10 minutes)**

**Consigne 1**

« Nous allons maintenant fixer notre attention sur un groupement d'images (montrer les images issues de publicités). Comment s'appelle cette catégorie d'images ? En avez-vous déjà vu ailleurs ? »

**Consigne 2**

« Comment reconnaît-on une image publicitaire ? »

- À partir des éléments dégagés, faire émerger le rôle de la publicité.

Les élèves	L'enseignant
<p>1. Tentent de nommer la catégorie.</p> <p>2. Mettent en relation ces images publicitaires avec d'autres déjà rencontrées ; nomment quelques lieux où ils ont déjà rencontré de la publicité.</p> <p>3. Identifient des points communs pour dégager collectivement des critères permettant de repérer les images publicitaires.</p> <p>4. Expliquent à quoi sert la publicité.</p>	<p>1. Dirige les échanges en questionnant les élèves.</p> <p>2. Mobilise la mémoire épisodique des élèves pour les amener à comparer les publicités affichées à d'autres images publicitaires déjà rencontrées.</p> <p>3. Écrit les éléments dégagés permettant de reconnaître la publicité (affichage de référence).</p> <p>4. Apporte un lexique spécifique relatif à ce type d'écrit ; reformule sa fonction.</p>

**Liste d'éléments à faire émerger**

- Produit à acheter ; présence d'écrits, souvent d'un prix, d'un logo...
- On peut voir la publicité dans les journaux, à la télévision, dans la rue...
- La publicité est faite pour donner envie d'acheter.



## SÉANCE 2

### ANNONCE DU PLAN (5 minutes)

#### Thème

« Aujourd'hui, vous allez continuer à apprendre à repérer la publicité. Puis nous allons en produire une. »

#### Plan de séance

Phase de recherche :

« Vous allez commencer par trouver des publicités dans des journaux et des magazines grâce à ce que vous appris la dernière fois. » [Montrer l'affichage de référence.]

Phase collective :

« Ensuite, nous nous regrouperons pour en observer quelques-unes et vérifier qu'il s'agit bien de publicités. »

Phase de production :

« Pour terminer, nous allons à notre tour fabriquer une publicité. »

### PHASE D'APPROPRIATION (25 minutes)

#### Consigne

« Qui peut nommer ce que j'ai apporté ? »

« Dans ces journaux et dans ces magazines, il y a des informations mais aussi des publicités. Vous allez essayer d'en trouver le plus possible et les découper (ou les entourer). »

#### Les élèves

1. S'emparent d'un journal ou d'un magazine (ou de pages de journaux ou de magazines).
2. Observent les pages et sélectionnent les publicités (découpent ou entourent).
3. Verbalisent leurs stratégies à partir des éléments dégagés lors de la séance précédente.
4. Se rassemblent en fin d'activité : valident ou non les documents sélectionnés en justifiant leur réponse ; repèrent des différences entre la publicité et l'information.

#### L'enseignant

1. Circule de table en table ; repère les points d'appui et difficultés des élèves.
2. Apporte une aide ponctuelle et individualisée (ou regroupe certains élèves en difficulté).
3. Questionne les élèves sur leur choix ; fait interagir les élèves entre eux.
4. Organise une courte mise en commun dans le coin regroupement à partir de quelques publicités trouvées (sélectionne aussi quelques éventuelles erreurs de type article de presse).

### PHASE DE PUBLICATION

#### Consigne

« Maintenant que vous savez ce qu'est une publicité et à quoi elle peut ressembler, nous allons créer notre publicité pour donner envie d'acheter. Il faudra y retrouver des éléments qu'on a repérés sur les publicités des journaux / magazines. »

Faire apparaître un titre, une image, un prix, un court descriptif...

"Produit" possible faisant l'objet d'une publicité : une production collective, un dessin, une construction

en pâte à modeler, en kapla ou en briques prise en photo, des cookies réalisés en atelier cuisine, un livre sur les nombres... et toute autre chose que vous aurez imaginée.

Variable : faire produire une publicité par groupe (sur un autre créneau si nécessaire).

Types de publications possibles (liste non exhaustive) :

- photographie de la production à vendre et descriptif publicitaire dans le contenu du tweet ;
- réalisation d'une affiche "papier" (avec dessin, montage photo, texte, étiquette prix...) photographiée et tweetée ;
- réalisation d'une infographie simple avec une application du type "Pic Collage" ou en modifiant et annotant une photographie avec le logiciel de retouche de l'ordinateur ou de la tablette numérique.

**Informations pratiques :**

- Publier dans le groupe « Semaine de la presse » sur EduTwit
- Penser à faire apparaître sur chaque tweet la balise : **#SPME18 #InfoOuPub**

**POUR ALLER PLUS LOIN**

**Ressources utiles :**

- Dossiers pédagogiques de la semaine de la presse 2018 et 2017 du CLEMI :
  - ✓ [https://www.cleml.fr/fileadmin/user\\_upload/Dossier\\_Pedagogique\\_SPME\\_2018.pdf](https://www.cleml.fr/fileadmin/user_upload/Dossier_Pedagogique_SPME_2018.pdf)
  - ✓ [https://www.cleml.fr/fileadmin/user\\_upload/DP\\_SPME\\_2017\\_160117.pdf](https://www.cleml.fr/fileadmin/user_upload/DP_SPME_2017_160117.pdf)

**Prolongements :**

- [A quoi sert la pub?](#) "1 jour, 1 question"
- [Qui a inventé la pub?](#) "1 jour, 1 question"
- [Une page de publicité](#) : vidéo pour mettre en évidence l'influence des publicités sur les choix