

LES RÔLES DE LA PUBLICITÉ DANS LES MÉDIAS

La publicité représente une part importante du financement des médias. Si la presse écrite et la télévision se partagent encore largement les recettes publicitaires, le Web se rapproche sensiblement de l'affichage et de la radio en terme de chiffre d'affaires publicitaire, selon l'Institut de recherches et d'études publicitaires.

RÉFÉRENCES AUX TEXTES OFFICIELS

➤ COLLÈGE

Technologie

- 6^e [1] - démarches d'observation, d'analyse, de création et de communication (p. 110) ; - analyse de produits pour comprendre les besoins essentiels ou créés auxquels ils répondent (p. 111).
- Cycle central [2] - Maîtrise par le jeune de son environnement, accès à l'information et développement de sa culture de citoyen (p. 22).

Français [3]

- 5^e - relations texte/image ; - fonctions illustrative et argumentative de l'image (p. 72).

Arts plastiques

- 6^e [4] - Utilisation de la photo, de la vidéo. Capacité à éviter les stéréotypes (p. 17-18).
- 4^e [4] - Travail sur l'image du point de vue de sa fabrication et de son utilisation (p. 57).
- 3^e [5] - Différence entre l'image relevant de la communication visuelle et l'image comme produit d'une activité artistique (p. 142).

LVE (espagnol) [6]

Exploitation de documents authentiques et de toute nature dont la publicité (p. 104).

Histoire-géographie [5]

- 3^e - Étude d'affiches en lien avec l'acquisition de l'esprit critique et l'apprentissage de la citoyenneté (p. 9).

Sources : [1] BO n° 3 du 20/01/2005. [2] *Technologie : Programmes et accompagnement*, CNDP, 1999, coll. « Enseigner au collège ». [3] *Français : Programmes et accompagnement*, CNDP, 2004, coll. « Enseigner au collège ». [4] *Arts plastiques, Éducation musicale : Programmes et accompagnement*, CNDP, 2002, coll. « Enseigner au collège ». [5] BOHS n° 10 du 15/10/1998. [6] BOHS n° 7 du 26/04/2007.

➤ LYCÉE

Arts plastiques [1]

- 2^{de} - Dans la section *Musique* : étude des rapports du son à l'image avec pour exemple de support les films publicitaires (p. 79).

SES [2]

- Terminale (série ES) - Conduire l'élève à la connaissance et à l'intelligence des économies et des sociétés contemporaines (p. 108).

Français [3]

- CAP - Rédiger un message publicitaire avec prise en compte du destinataire (p. 25).

Sources : [1] BOHS n° 6 du 29/08/2002. [2] BOHS n° 7 du 03/10/2002. [3] BOHS n° 5 du 29/08/2002.

L'étude de la publicité peut se faire à partir de points de vue différents et très complémentaires dans de nombreuses disciplines en raison de la diversité de ses formes, de ses contenus et de ses discours.

PISTES PROPOSÉES...

AU COLLÈGE

APPRÉHENDER LE RÔLE ÉCONOMIQUE DE LA PUBLICITÉ DANS LES MÉDIAS ET COMMENT ELLE S'ADRESSE AU CONSOMMATEUR

→ Les aspects économiques

- On mettra en évidence la part occupée par la publicité au sein d'un média : espace, financement...
- On étudiera la notion de cible en fonction des publics visés par les annonceurs. À partir de trois ou quatre magazines situés dans des segments différents (presse jeunes, presse féminine, hebdo d'information), relever le nombre de publicités et les types de produits ou de services proposés. Déterminer le type de consommateur visé : sexe, âge, milieu socioculturel, pouvoir d'achat et le lectorat supposé de ces journaux.

→ Les aspects du discours

- À partir d'une série de spots TV diffusés en *prime time*, étudier les différents types de récits et les ressorts utilisés pour capter l'attention du public : humour, provocation, utilisation de citations... On abordera la notion de slogan en étudiant les accroches, le choix des mots, mais aussi les types de narration sur lesquels ils s'appuient.

AU LYCÉE

MONTRER COMMENT DES TECHNIQUES VISUELLES ET SONORES SOUTIENNENT UN MESSAGE PUBLICITAIRE

→ Les aspects sociologiques

- On s'intéressera aux différents modèles proposés par la publicité : les jeunes, les femmes... À partir de publicités mettant en scène des jeunes, prélevées dans différents journaux ou à la télévision, pointer les situations dans lesquelles ils sont présentés, les rôles qui leur sont attribués, leurs styles. Vous semblent-ils stéréotypés ? Y a-t-il des exceptions ? Pour quels types de produits sont-ils utilisés ?

→ Les aspects plastiques

- À partir de publicités télévisées, observer les images, les sons, le montage. Y a-t-il des harmonies ou des dissonances dans le choix des couleurs, des images, des sons, du texte ? Dans quel but ? Certaines publicités vous paraissent-elles s'appuyer particulièrement sur des musiques ?

→ Les aspects historiques

- À partir de corpus trouvés sur Internet, établir des comparaisons : depuis la réclame jusqu'aux publicités d'aujourd'hui concernant les modèles sociaux représentés et l'évolution des comportements.