

# Chaque média a une forme artistique unique

ANNÉE SCOLAIRE : 4<sup>e</sup> à 6<sup>e</sup> année DURÉE : 45 à 90 minutes

## APERÇU

Dans cette leçon, les élèves comparent des publicités imprimées et télévisées pour un même produit et discutent des avantages et des inconvénients de chaque média pour transmettre un message particulier. La classe trouve des idées pour un message d'intérêt public, détermine le média qui conviendrait le mieux pour transmettre ce message et discute des raisons de ce choix.

## OBJECTIFS VISÉS

Les élèves :

- comprennent le concept clé que chaque média a une forme esthétique unique;
- déterminent les ressemblances et les différences entre différents médias;
- déterminent les avantages et les inconvénients de l'utilisation des différents médias pour un but particulier;
- appliquent ce qu'ils ont appris sur les différences entre les formes de médias en créant un message d'intérêt public (activité facultative).

## PRÉPARATION ET MATÉRIEL

- Prenez les dispositions nécessaires pour avoir accès à un vidéoprojecteur ou à tableau blanc numérique.
- Visionnez la vidéo « **Chaque média a une forme artistique unique** » [<http://goo.gl/8ZN6YH>] et les vidéos « **Le lait, une force de la nature** » à l'adresse [<http://tiny.cc/laitforce>] ou [<http://tiny.cc/laitforce2>].
- Photocopiez ou préparez les publicités imprimées suivantes à être projetées : « **Source naturelle de réconfort** » et « **Saviez-vous que...** »



## DÉROULEMENT SUGGÉRÉ

Commencez par montrer la vidéo « **Chaque média a une forme artistique unique** » [<http://goo.gl/8ZN6YH>].

À la fin de la vidéo, demandez aux élèves de réfléchir aux points soulevés dans la vidéo.

- Qu'est-ce que ça signifie de dire que « chaque média a une forme esthétique unique »? (*Chaque média a une façon différente de communiquer avec un public.*)

- Comment les différences entre les médias ont-elles une incidence sur l'expérience du public? (*Les films fournissent de « grandes » expériences que les autres médias ne peuvent pas fournir; les émissions de télé vous permettent de bâtir une relation avec les personnages; les jeux vidéo vous permettent de contrôler l'action.*)

À présent, lisez le défi à l'écran : « Pense à un message que tu veux transmettre à un public précis. Choisis le média ou la combinaison de médias qui te donnera le meilleur résultat ».

Puis, montrez aux élèves la publicité télé « **Le lait, une force de la nature** » depuis le lien ci-dessus et projetez ou distribuez les publicités imprimées « **Source naturelle de réconfort** » et « **Saviez-vous que...** ».

Posez les questions suivantes aux élèves :

- Quel est le but de ces produits médiatiques? (*Faire acheter du lait.*)
- “Quel message est véhiculé? (*Le lait est nutritif, le lait est naturel, le lait rend fort*)
- Comment le message est-il transmis? (*Dans la publicité vidéo, on voit, dans le lait, les mots « vitamines », « calcium », « phosphore » et ensuite on voit des guerriers (faits de lait) en croisade. Finalement, un jeune garçon boit le lait pendant que l'annonceur dit « Le lait, une force de la nature ». ” Dans la première publicité imprimée, on nous montre des poupées de laine à l'air assez jeune et dans la deuxième, on voit une vache dessinée tenant une pancarte sur laquelle est écrit un fait à propos des vaches.*)
- Qu'ont en commun les publicités dans les différents médias? (*Elles donnent toutes le même message et se servent surtout de dessins et de graphiques attirants pour que vous vous en souveniez.*)
- Quels sont les outils disponibles dans un média, mais pas dans l'autre? (*Les annonces à la télé ont de la musique, du son et du mouvement. Ça leur donne l'occasion de raconter une courte histoire qui se termine par une narration dramatique du message principal. Les publicités imprimées quant à elles peuvent utiliser plus de texte écrit et sont plus grandes verticalement qu'un écran de télé ou de cinéma, leur permettant de donner plus d'information à propos du produit en plus des images.*)
- Selon vous, quel média est le plus efficace pour ce but et ce message? Pourquoi? (*Il n'y a pas une seule bonne réponse, mais vous pouvez souligner que les publicités par vidéo deviennent plus communes que celles qui sont imprimées.*)

Invitez la classe à choisir un message simple qu'un produit médiatique pourrait transmettre dans le cadre d'un message d'intérêt public, comme « ne pas polluer » ou « regarder des deux côtés de la rue avant de traverser ». Discutez du média qui conviendrait le mieux pour transmettre ce message : une vidéo ou un format imprimé? Demandez aux élèves d'identifier les outils disponibles dans chaque média et les avantages de chacun. Écrivez-les au tableau.

### **OUTIL D'ÉVALUATION (FACULTATIF)**

Proposez aux élèves de créer un message d'intérêt public en format vidéo ou imprimé pour transmettre le message que vous avez choisi et qui utilise autant des outils identifiés que possible.



An advertisement for milk. The background is a dark purple gradient with a large yellow question mark at the top right. The text 'Saviez-vous que...' is in white, with the 'o' in 'vous' being yellow. Below the text is a cartoon cow holding a white sign that says 'J'ai 4 estomacs!'. At the bottom, there is a white cloud-like shape containing the text: 'La vache est un ruminant. Ses 4 estomacs lui permettent de transformer des végétaux sans valeur nutritive pour l'homme en un aliment très nutritif: le lait!'. In the top left corner, there is a logo for 'Fédération des producteurs de lait du Québec' and the website 'www.lait.org' in the top right corner.