

Différentes personnes réagissent différemment à différentes constructions médiatiques

ANNÉE SCOLAIRE : 5^e à 8^e année DURÉE : 45 minutes

APERÇU

Dans cette leçon, les élèves regardent une vidéo qui présente le concept clé d'éducation aux médias selon lequel le public décode ou interprète le sens d'un message. Ils discutent de l'idée que les différents produits médiatiques sont conçus pour des publics différents et que différentes personnes peuvent réagir différemment à un même produit médiatique. Ils réfléchissent à l'expérience associée au fait d'aimer quelque chose qu'ils ne « devraient pas » aimer. Dans une activité finale facultative, les élèves regardent deux émissions de télé, soit l'une qu'ils choisiraient de regarder et une autre qu'ils ne choisiraient pas. Ensuite, ils identifient les moyens par lesquels chaque émission vise son marché cible et ils s'interrogent sur la façon dont une personne qui n'est pas dans le marché cible pourrait réagir.

OBJECTIFS VISÉS

Les élèves :

- comprennent le concept clé que le public décode ou interprète le sens d'un message;
- comprennent que les produits médiatiques sont conçus pour des publics particuliers;
- comprennent que différentes personnes réagissent différemment à un même texte médiatique;
- réfléchissent aux liens entre les médias et l'identité personnelle;
- analysent le public cible d'un texte médiatique (activité facultative).

PRÉPARATION ET MATÉRIEL

- Prenez les dispositions nécessaires pour avoir accès à un vidéoprojecteur ou à un tableau blanc numérique et visionnez la vidéo

« Différentes personnes réagissent différemment à différentes constructions médiatiques » [<http://goo.gl/hGiVv4>]

« Nerf Raider » [<http://bit.ly/1mloWcl>]

« Nerf Rebelle » [<http://bit.ly/1jUVOy9>]

Si vous ne parvenez pas à montrer ces vidéos, photocopiez ou préparez la feuille « À qui cette annonce est-elle destinée? » à être projetée.

- Photocopiez la feuille « Marché cible ».

DÉROULEMENT SUGGÉRÉ

Commencez par montrer la vidéo « Différentes personnes réagissent différemment à différentes constructions médiatiques » [<http://goo.gl/hGiVv4>].

The worksheet is titled "Marché cible : Émission n° 1". It contains a grid for analyzing media content. The first section is "À qui cette annonce est-elle destinée?" with a box for "NERF" and a box for "Rebelle". The second section is "Marché cible : Émission n° 1" with a box for "NERF" and a box for "Rebelle". The grid has columns for "Marché cible", "Émission", "Contenu", "Forme", "Style", "Langage", "Son", "Image", "Couleur", "Forme", "Style", "Langage", "Son", "Image", "Couleur".

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 « Différentes personnes réagissent différemment à différents produits médiatiques »? (*Notre façon de réagir face à quelque chose dépend en partie de qui nous sommes – notre âge, notre sexe, nos intérêts, etc.*)
- Qu'est-ce que ça signifie de dire que « un produit médiatique n'est jamais complet tant qu'un auditoire ne l'a pas vu, entendu ou expérimenté? » (*Puisque différentes personnes réagissent différemment à un produit médiatique, l'auditoire crée une partie du sens. Par exemple, une personne peut trouver un produit drôle, tandis qu'une autre personne le trouvera triste*)

À présent, lisez le défi à l'écran : « Pense à une publicité, un site Web, ou un message de réseau social. Identifie la personne qui pourrait y répondre positivement et celle qui réagirait négativement ».

Montrez à vos élèves la publicité « **Nerf** » au [<http://bit.ly/1mIoWcl>] et demandez-leurs à qui cette publicité plairait et pourquoi. (Les élèves répondront probablement qu'elle cible les garçons puisqu'on y voit que des garçons qui tirent sur des choses et les font tomber dans un environnement industriel; s'ils ne le mentionnent pas, attirez leur attention sur la musique de film d'action et sur le choix de couleurs dans la vidéo).

Visionnez ensuite la publicité « **Nerf Rebelle** » au [<http://bit.ly/1jUV0y9>] et demandez-leurs la même question. (Assurez-vous que les élèves discutent de la couleur rose « bonbon » prédominante et du fait que l'on ne voit jamais sur quoi les filles tirent).

(Si vous ne parvenez pas à montrer ces vidéos, projetez ou distribuez la feuille « **À qui cette annonce est-elle destinée?** »)

Soulignez aux élèves que le produit vendu par ces publicités est essentiellement le même, mais que les deux *produits médiatiques* sont complètement différents. Demandez aux élèves de nommer d'autres produits médiatiques (émissions de télévision, films, magazines, jouets, jeux vidéo, etc.) qui sont clairement destinés à un sexe ou à un autre. Demandez pourquoi ils pensent que les producteurs de médias ciblent leurs produits spécifiquement selon le sexe, des âges ou des intérêts particuliers. Les réponses devraient ressembler à celles-ci : « pour aider les gens à trouver le produit » et « parce que différentes personnes aiment différentes choses ».

Présentez la notion selon laquelle les médias nous *apprennent* certaines choses, comme les différences entre les sexes – on nous transmet des messages différents à propos des poupées ou des figurines d'action, par exemple – et que nous pourrions nous sentir forcés de ne pas aimer certains médias qui ne nous sont pas destinés (par exemple, de nombreuses personnes sont portées à croire que les filles ne jouent pas aux jeux vidéo, même si les études montrent que presque toutes les filles y jouent parfois).

Demandez aux élèves s'ils ont déjà aimé un produit médiatique qu'ils n'étaient pas « censés » aimer – un produit destiné à un autre sexe, à un autre âge, etc. L'expérience était-elle différente que lorsqu'ils regardent ou lisent quelque chose ou qu'ils jouent avec quelque chose qui leur est destiné? Si oui, de quelle façon?

ACTIVITÉ FACULTATIVE

En guise de devoir, demandez aux élèves de regarder une émission de télévision qu'ils aiment et une autre qu'ils ne regarderaient normalement pas. À l'aide de la liste de vérification « Marché cible », les élèves identifient les éléments qui les attirent (ou qui ne les attirent pas) et ils réfléchissent à la manière dont une autre personne réagirait.

À qui cette annonce est-elle destinée?



Marché cible : Émission n° 1



Quel est le titre de l'émission?

Est-ce que ce titre t'attire? Explique ta réponse.

De quel type d'émission de télévision s'agit-il (action, comédie, réalité, etc.)?

Est-ce que ce type d'émission t'attire? Explique ta réponse.

Décris la séquence d'ouverture et la musique.

Les trouves-tu intéressantes? Explique ta réponse.

Qui est le personnage principal? Indique son âge, son sexe, sa race, etc.

Le trouves-tu intéressant? Explique ta réponse.

Qui sont les autres personnages importants? Indique leur âge, leur sexe, leur race, etc.

Les trouves-tu intéressants? Explique ta réponse.

Qu'est-ce qui cause des conflits entre les personnages de l'émission?

Trouves-tu ces conflits intéressants? Explique ta réponse.

Comment s'y prennent les personnages pour résoudre leurs problèmes?

Trouves-tu ces solutions intéressantes? Explique ta réponse.

Selon toi, est-ce qu'une personne différente de toi (sexe, âge ou intérêts différents) aimerait cette émission? Qui penses-tu devrait le plus aimer cette émission et pourquoi?
