

## Interpréter les messages des médias

### Point de départ

Les méthodes utilisées par les médias pour attirer le public peut être troublant, décevant et préjudiciable, spécialement lorsqu'il s'agit de la perception par les adolescents des messages médiatiques sur les cigarettes, l'alcool, l'usage de la drogue ou d'autres comportement malsains. La capacité de faire la différence entre la publicité, les messages fallacieux et l'information fiable est une compétence capitale que les adolescents doivent développer. Ils ne sont en effet pas conscients des multiples façons dont leurs goûts, leurs opinions et leurs décisions peuvent être manipulés par les messages médiatiques. Comme les adolescents sont dans leurs premières années de navigation dans les médias – et largement sans supervision – une sérieuse prise de conscience de la manipulation par les médias représente une part essentielle de l'apprentissage de leur compétence à prendre une décision qui leur servira à instaurer un mode de vie sain.

### Consignes

Le déchiffrement des messages médiatiques implique d'apprendre à détecter les mensonges et la vérité de même que la zone grise des faits tissés de manière à convaincre ou à vendre un produit. Il est important de comprendre les véritables buts des médias pour détecter les messages médiatiques mensongers et fallacieux.

- ✓ Le but des publicités est de vous **convaincre** à acheter un produit ou un service.
- ✓ Le but des médias scénarisés (shows télévisés, films, etc.) est de vous **amuser**.
- ✓ Le but des médias d'information est de vous **informer** avec des faits.

## Applications possibles

### ● ENSEIGNEZ

#### ACTIVITÉ D'ENSEIGNEMENT OPTION 1

##### *Publicité mensongère*

(Note : avant cette activité, rassemblez des magazines appropriés à leur âge, contenant des exemples de publicités pour le tabac et l'alcool. Enregistrez de telles publicités dans vos listes de favoris en ligne ou téléchargez des images de telles publicités pour les montrer en classe).

Utilisez l'annexe **27.1 Que font les média ?** Guidez les élèves dans l'exploration des différents buts des médias. Menez un brainstorming général pour trouver des exemples de vérités mensongères ou déformées dans les médias.

Demandez aux élèves quelle image leur vient à l'esprit à propos des dégâts physiques et émotionnels causés par la drogue. Dites-leur qu'ils ont appris la *vérité* sur les dangers de l'usage du tabac et de l'alcool mais que certaines personnes – en particulier celles qui visent à tirer un profit financier – cherchent à donner un faux aspect positif à des habitudes malsaines. En guise d'exemple, utilisez l'annexe **27.2 Les planches à billets** et passez en revue les statistiques liées à la publicité sur le tabac et leur lien avec les chiffres des ventes. Puis, en utilisant des magazines ou des images / sites web présélectionnés, guidez les élèves dans l'analyse des exemples de publicité sur le tabac. Il y a de cela des années, le gouvernement des USA a interdit la publicité pour le tabac à la télé. Demandez aux élèves d'identifier des techniques utilisées dans ces publicités pour donner une image positive au tabac, telles que :

- L'utilisation de personnages de bande dessinée
- L'utilisation de porte-paroles célèbres
- L'association de la cigarette au charme romantique ou au sexe
- La publicité de cigarettes et de produits de tabac sans fumée lors d'événements sportifs (comme c'est le cas sur des voitures de course)

Faites comprendre que les sociétés de marketing utilisent ces techniques et d'autres encore pour que les consommateurs associent des idées positives et désirables à des habitudes malsaines.

Divisez la classe en groupes de deux et invitez les binômes à faire un brainstorming pour arriver à une liste d'achats que les élèves ont faits ces dernières semaines : par exemple des petits achats quotidiens comme des snacks ou des téléchargements de chansons ou encore des achats plus conséquents comme des vêtements ou un téléphone.

Ensuite, demandez aux binômes de passer en revue leur liste et d'identifier quels achats ont été influencés par une publicité, que ce soit une publicité spécifique ou le cumul de plusieurs images répétées visant la prise de conscience d'une marque. Et pour finir, demandez-leur de déterminer si leurs décisions d'achat ont été basées sur l'une ou l'autre information mensongère ou déformée ou sur une technique semblable à celles discutées à propos des publicités pour le tabac (comme l'utilisation d'un porte-parole célèbre). Invitez les élèves à écrire individuellement dans leur Cahier de travail leur réflexion sur la manière dont les messages médiatiques influencent leurs décisions d'achat.

### ACTIVITÉ D'ENSEIGNEMENT OPTION 2

#### *Analysons la publicité*

(Si vous avez apporté des échantillons de magazines en classe, envisagez d'étendre l'Activité d'enseignement, Option 1 à cette activité en petits groupes.)

Divisez la classe en petits groupes et donnez à chaque groupe un ou plusieurs magazines. Demandez-leur de trouver plusieurs publicités pour des produits ou services dans ce magazine. (Les publicités ne doivent pas forcément vanter du tabac ou de l'alcool.) Donnez la consigne aux groupes d'identifier les techniques utilisées dans les publicités pour donner une impression positive aux consommateurs. Ensuite, faites-leur identifier des exemples dans lesquels ces impressions positives ont été obtenues par la tromperie ou en présentant une information mensongère, incomplète ou déformée. Dites bien aux groupes d'examiner les textes aussi bien que les images. Demandez à chaque groupe de partager un ou deux exemples d'un contenu persuasif qu'ils estiment être fallacieux ou déformé.

### ● CONSOLIDEZ

#### ACTIVITE DE CONSOLIDATION, OPTION 1

##### *Fiable ou pas ?*

Invitez les élèves à utiliser des sources et sites web approuvés pour trouver des exemples de contenu fiable ou peu fiable dans différents médias. Demandez à chaque élève d'identifier un exemple de chaque. Pour l'exemple peu fiable, faites expliquer pourquoi l'élève le trouve irréaliste ou mensonger. Pour l'exemple fiable, faites expliquer par l'élève son raisonnement montrant comment l'argumentation des médias parvient à influencer. Les élèves peuvent présenter cette information de manière créative, soit par écrit, soit sous forme d'un exposé oral.

#### ACTIVITE DE CONSOLIDATION, OPTION 2

##### *Répondre aux médias*

Invitez les élèves à créer leurs propres contre-publicités en réponse aux images positives trompeuses sur l'usage du tabac et de l'alcool. Donnez-leur des exemples de contre-publicités qui soient des publicités pour s'opposer à l'usage du tabac ou de la boisson avant l'âge (par exemple, une publicité émanant d'un groupe de « Mères contre l'alcool au volant ».) Précisez que des contre-publicités répondent directement à d'autres publicités en convaincant les consommateurs de rejeter ou de ne pas utiliser le produit ou le service.

## Interpréter les messages des médias

La contre-publicité utilise généralement une information factuelle, des statistiques ou des images dramatiques pour exprimer les effets négatifs d'un usage abusif d'une substance.

Incitez les élèves à travailler en petits groupes pour créer une contre-publicité efficace en réponse à une publicité pour le tabac ou l'alcool. Les contre-publicités peuvent avoir l'une des approches ci-après :

- Aidez des jeunes adultes à identifier la déception dans une publicité pour le tabac ou l'alcool.
- Donnez des images positives sur la manière dont les jeunes adultes peuvent faire des choix sains.
- Donnez une information véridique ou des images exprimant les effets négatifs de l'usage du tabac ou de l'alcool.

Les élèves peuvent créer leurs contre-publicités sous forme de posters, de simple animation, de diaporama ou de mimes.

### ● **APPROFONDISSEZ**

#### **ACTIVITE D'APPROFONDISSEMENT, OPTION 1**

##### ***Messages bien ancrés***

Faites une présélection de pages appropriées de sites web à projeter en classe. Les exemples peuvent venir d'une page de recherche sur Google, d'une vidéo de YouTube ou d'une page d'un média social tel que Facebook. Invitez les élèves à analyser le contenu des pages et à déterminer quels éléments sont de vraies informations et lesquels sont des publicités. Par exemple, il est courant que des bannières et des pop-up publicitaires apparaissent et que des publicités soient insérées avant et après les vidéos en ligne. Faites remarquer que dans certains cas, les publicités peuvent ressembler à des informations, comme certains résultats de recherches sur Google. Menez une discussion sur les effets généraux de l'omniprésence des publicités et autres messages médiatiques dans notre vie. Envisagez de faire un tableau de deux colonnes des Avantages / Risques pour explorer le sujet avec les élèves.

#### **ACTIVITE D'APPROFONDISSEMENT, OPTION 2**

##### ***Citations sur les médias***

Lisez à voix haute ou écrivez au tableau les citations ci-dessous et discutez de leur signification dans l'influence des médias sur la société.

Si nous amplifions tout, nous n'entendons rien.

Jon Stewart

Qui contrôle les médias contrôle l'esprit.

Jim Morrison

## 27.1 Que font les médias ?

### **Convaincre**

Le but des publicités est de vous convaincre à acheter un produit ou un service. Des images et messages positifs dans les publicités pour le tabac et l'alcool sont mensongers et ont pour seule intention de cacher les effets négatifs de l'usage de ces substances

### **Amuser**

Le but des médias scénarisés (shows télévisés, films, etc.) est de vous amuser. Ce faisant, les faits réels sont transformés en fiction ; le plus souvent, ils sont déformés ou absents. Dans leur effort de capter l'intérêt de l'audience, les médias scénarisés rendent attrayantes des mauvaises habitudes telles que boire de l'alcool, consommer du tabac et utiliser des drogues illégales. Même quand ces habitudes ne sont pas rendues attrayantes, les médias scénarisés n'hésitent pas à ignorer les conséquences négatives des choix malsains.

### **Informé**

Le but des médias d'information est de vous informer avec des faits et de raconter la vérité. Les spectateurs et les lecteurs doivent cependant se rendre compte que les informations sont souvent présentées de manière incomplète, avec des faits déformés et du matériel destiné à convaincre. C'est pourquoi les médias d'information risquent parfois de présenter des informations fallacieuses ou incorrectes sur les choix sains et l'abus de substances.

