

Créer des annonces visuelles efficaces et persuasives

L'enseignement des outils est incorporé dans les défis d'analyse critique en 4^e, 5^e, 7^e, 8^e, 11^e et 12^e années.

Aperçu

Ces activités aideront les élèves à explorer les qualités de persuasion de différents médias et les techniques ayant servi à leur conférer ces qualités. Les élèves pourront utiliser les techniques de persuasion qui peuvent servir à faire connaître efficacement un enjeu, un sujet ou une activité. Les élèves apprennent d'abord les techniques de persuasion et discutent ensuite de deux objectifs de la publicité : créer une impression percutante sur une courte période et informer les gens sur un sujet ou un enjeu. Les élèves doivent ensuite examiner et analyser des échantillons de publicités imprimées, déterminer les techniques, ainsi que la répercussion implicite qu'elles ont sur le destinataire. Enfin, les élèves créent des annonces visuelles qui illustreront leurs connaissances de manière efficace et persuasive.

Avant la planification

Rassemblez des échantillons d'affiches publicitaires.

- Recueillez plusieurs affiches qui illustrent les techniques visuelles efficaces, comme des affiches de voyage, des affiches de bibliothèque, des affiches de conditionnement physique.
- Recueillez différentes annonces publicitaires dans des magazines ou demandez aux élèves d'apporter des copies d'annonces publicitaires en classe.
- Demandez aux élèves de photocopier, d'imprimer ou de télécharger des images qu'ils trouvent en faisant des recherches ou durant les cours. Vous pouvez également orienter les élèves vers des ressources en ligne qui offrent un large éventail d'images telles que retrouvées dans [Échantillons d'affiches publicitaires](#). Rappelez aux élèves de citer les sources correctement.

Première session

Parlez de l'activité.

- Expliquez que les élèves créeront des annonces publicitaires imprimées; p. ex., des affiches, des dépliants, des annonces de journal ou des collages, afin de persuader un public désigné de prendre des mesures en lien avec une question ou un sujet particulier.
- Discutez du principal objectif de la publicité dans le domaine des communications, que ce soit le journal, la radio, la télé ou Internet. Indiquez-leur que la publicité tente de persuader les gens d'effectuer quelque chose; p. ex., acheter une marque spécifique de boisson gazeuse, ne pas conduire en état d'ivresse, donner de l'argent à une cause.

Informez les élèves qu'ils apprendront les différentes techniques de persuasion utilisées dans les médias et examineront les qualités associées aux formes visuelles efficaces de la publicité.

Parlez des techniques de persuasion.

- Distribuez, à chaque élève, une copie des [Techniques de persuasion en publicité](#). Revoyez le concept des techniques – soit les moyens visant à obtenir les résultats souhaités. Vous pourriez demander aux élèves de lire à voix haute, individuellement, la description de chaque technique. Pendant qu'ils lisent chacune des techniques, demandez aux élèves s'ils peuvent trouver des exemples d'annonces publicitaires qui utilisent ces formes de persuasion.

Déterminez les techniques de persuasion.

- Invitez les élèves à examiner les affiches que vous avez trouvées ou les annonces publicitaires qu'ils ont apportées en classe. Demandez-leur de déterminer les techniques de persuasion illustrées dans les exemples, p. ex. les mots à la mode, l'effet boule de neige. Invitez les élèves à commenter l'efficacité des techniques de persuasion utilisées. Si vous le souhaitez, vous pouvez demander aux élèves d'utiliser des notes autocollantes pour répertorier les techniques. Demandez aux élèves s'ils peuvent trouver des techniques autres que celles décrites dans la liste du document [Techniques de persuasion en publicité](#). Pour répondre aux résultats d'apprentissage du programme des TIC, les élèves peuvent coller des photos numériques d'annonces et d'affiches publicitaires dans un document électronique et légènder les images à l'aide des fonctions de références du logiciel (se reporter à [Exemples d'identification de techniques de persuasion](#)).
- Si vous le souhaitez, vous pouvez demander aux élèves de trouver des exemples d'annonces publicitaires qui utilisent une ou plusieurs techniques de persuasion de la liste du document [Techniques de persuasion en publicité](#).

Parlez de l'analyse des techniques publicitaires.

- Distribuez à chaque élève une ou deux copies du document [Analyse d'annonces publicitaires](#). Dressez une liste des critères d'efficacité ou des qualités des annonces publicitaires et discutez-en; p. ex., captivantes, persuasives, instructives. À l'aide des différentes annonces ou affiches publicitaires, demandez aux élèves de répertorier les techniques utilisées pour rendre une publicité efficace. Invitez les élèves à proposer d'eux-mêmes une annonce pour l'analyser en groupe. En classe, discutez des techniques employées et des raisons pour lesquelles ces techniques sont efficaces.

Deuxième session

Élaborez les critères d'annonces publicitaires imprimées accrocheuses.

- Rappelez aux élèves que la persuasion n'est que l'un des nombreux objectifs de la publicité. Mentionnez aussi que les annonces publicitaires doivent dégager une

impression très favorable en une courte période, et informer les gens du sujet ou de la question. Les annonces visuelles sont un moyen efficace d'obtenir ce résultat, car le cerveau se souvient plus facilement d'images que de textes. Suggérez les qualités ou les critères suivants pour effectuer des annonces visuelles efficaces :

- *accrocheuse* : attire l'attention du public;
- *concise* : nécessite aussi peu de lecture que possible;
- *complète* : présente tous les renseignements clés, comme les intervenants, les intérêts, les enjeux, les données pertinentes;
- *convaincante* : laisse entendre aux destinataires que l'information de l'annonce est importante et fiable.

Discutez des techniques de réalisation d'annonces publicitaires.

- Écrivez au tableau les quatre critères ou qualités que possède une annonce efficace et prenez note des techniques supplémentaires que les élèves proposent.

Créer une annonce publicitaire accrocheuse

Qualités	Techniques
<ul style="list-style-type: none"> • <i>Accrocheuse</i> 	<ul style="list-style-type: none"> • <i>En-têtes en caractères gras</i> • <i>Légendes accrocheuses</i> • <i>Images provocantes</i> • <i>Couleur</i>
<ul style="list-style-type: none"> • <i>Concise</i> 	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Utilise des puces; phrases incomplètes</i> • <i>Utilise des images pour communiquer</i>
<ul style="list-style-type: none"> • <i>Complète</i> 	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Titres et en-têtes</i> • <i>Courts passages de texte</i> • <i>Utilise des légendes qui servent à expliquer</i>
<ul style="list-style-type: none"> • <i>Convaincante</i> 	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Images provocantes</i> • <i>Phrases puissantes</i> • <i>Faits à l'appui</i> • <i>Personnalités connues</i>

Analysez une annonce publicitaire.

- Distribuez des annonces publicitaires telles que des dépliants, des affiches et des annonces de magazines. Demandez aux élèves de travailler à deux pour étudier diverses annonces afin de trouver, dans chaque cas, des indices des quatre critères d'efficacité (accrocheuse, concise, complète, convaincante). À guise de référence, veuillez consulter [Analyse d'un exemple d'annonce publicitaire](#). Vous pouvez demander aux élèves d'utiliser des copies du document [Analyse de l'efficacité des annonces publicitaires](#) pour structurer l'activité.

Analyse d'annonce publicitaire

Qualités d'une maquette accrocheuse	Techniques utilisées	Explication (pourquoi elle est intéressante)
Accrocheuse (attire l'attention du public)		
Concise (nécessite aussi peu de lecture que possible)		
Complète (présente tous les renseignements clés)		
Convaincante (laisse entendre aux destinataires que l'information de la maquette est importante et crédible)		

Troisième session

Parlez du défi.

- Demandez aux élèves d'effectuer, individuellement ou en paires, la tâche d'analyse critique suivante :

Concevez une annonce publicitaire imprimée pour convaincre les autres de prendre des mesures en lien avec votre enjeu.

Les élèves devraient appliquer les connaissances qu'ils ont acquises sur les qualités et les techniques publicitaires efficaces, afin de créer une affiche, une publicité, un dépliant, une présentation PowerPoint ou un collage persuasif et efficace.

- Suggérez aux élèves ou aux équipes d'effectuer les étapes suivantes pour élaborer une annonce :
 1. Déterminer ou examiner les composantes de l'enjeu qu'il faut inclure dans l'annonce;
 2. Songer aux caractéristiques et aux besoins du public;
 3. Déterminer les techniques requises pour produire une annonce efficace (vous pouvez demander aux élèves d'inclure au moins trois formes de techniques de persuasion);
 4. Préparer une ébauche de l'annonce (imprimez le texte sur des bouts de papier, puis classez le texte et les images sans les apposer de manière permanente);
 5. Réviser l'ébauche de l'annonce pour s'assurer qu'elle respecte les quatre critères déterminés précédemment;
 6. Participer à une évaluation par les pairs (voir la quatrième session);
 7. Compléter la version finale de l'annonce.

Vous pouvez demander aux élèves de respecter la [Liste de vérification de la planification d'une annonce publicitaire](#) pour les aider à déterminer les techniques qu'ils appliqueront.

Quatrième session

Organisez une séance d'évaluation par les pairs.

- Distribuez à chaque élève une copie de [Rétroaction constructive](#). Répartissez les élèves en groupes de deux pour qu'ils analysent leurs ébauches d'annonces publicitaires respectives. Expliquez que lors de la première séance, les élèves détermineront les aspects positifs ou les qualités, puis trouveront des indices de l'efficacité des techniques utilisées. Par exemple, un élève pourrait remarquer que l'un des points forts de l'annonce est son côté accrocheur. L'élève pourrait aussi dire que l'annonce attire l'attention grâce aux couleurs des photographies.
- Dans la deuxième partie de la séance d'examen, les élèves identifieront les aspects à améliorer de l'annonce et donneront des suggestions de techniques à utiliser en vue de l'amélioration.
- Demandez aux élèves de remettre les formulaires de commentaires à leur partenaire.
- Donnez l'occasion aux élèves d'utiliser les opinions recueillies lors de l'évaluation des annonces entre pairs pour revoir leur ébauche de publicité visuelle.

Réviser les annonces publicitaires.

- Permettez aux élèves de retoucher leur annonce initiale, en se basant sur les commentaires obtenus lors de l'évaluation par les pairs.

Cinquième session

Présentez les annonces publicitaires.

- Apposez les annonces terminées dans la classe. Invitez les élèves à les examiner, et à faire part de leurs réactions, en termes de contenu et de moyen de présentation. Attirez l'attention sur les tendances ou les principes clés.

Évaluation

Évaluez l'analyse de l'annonce publicitaire par l'élève.

- Évaluez l'analyse de publicités par les élèves, effectuée dans [Analyse d'annonces publicitaires](#), à l'aide de la rubrique se trouvant dans [Évaluer l'analyse d'une annonce publicitaire par l'élève](#). Selon cette rubrique, l'activité est évaluée en fonction de deux critères :
 - détermine les techniques de persuasion;
 - fournit une explication plausible.

Évaluez les commentaires des pairs.

- Évaluez les commentaires de chaque élève dans [Rétroaction constructive](#), à l'aide de la rubrique se trouvant dans [Évaluer la rétroaction constructive](#). Selon cette rubrique, l'activité est évaluée en fonction de deux critères :
 - détermination des qualités positives;
 - suggestions positives en vue de l'amélioration.

Évaluez l'efficacité des annonces publicitaires.

- Évaluez l'efficacité des annonces publicitaires des élèves en utilisant la rubrique [Évaluer l'annonce publicitaire](#).
- Selon cette rubrique, l'évaluation des annonces publicitaires est basée sur quatre critères :
 - accrocheuse;
 - concise;
 - complète;
 - convaincante.

Évaluez les annonces publicitaires.

- Évaluez les publicités visuelles en utilisant la [Rubrique de l'enseignant : Évaluer la création d'annonces publicitaires efficaces et persuasives](#). Selon cette rubrique, l'évaluation des annonces publicitaires est basée sur trois critères :
 - partage les éléments clés;
 - soutient l'élément visuel avec du texte;
 - communique grâce aux éléments visuels.

Source

Adapté de : *Legacies of Ancient Egypt* et de *Brazilian Rainforest*. Avec la permission de Critical Thinking Consortium à l'intention des enseignants de l'Alberta.

Sommaire des documents

Une référence aux documents suivants a déjà été faite dans les activités ci-dessus. Ces documents peuvent être modifiés et sauvegardés selon vos besoins.

Graphiques

- [Analyse d'annonces publicitaire](#) 
- [Liste de vérification de la planification d'une annonce publicitaire](#) 
- [Analyse de l'efficacité des annonces publicitaires](#) 
- [Rétroaction constructive](#) 

Évaluation

- [Évaluer l'analyse d'une annonce publicitaire par l'élève](#) 
- [Évaluer l'annonce publicitaire](#) 
- [Rubrique de l'enseignant : Évaluer la création d'annonces publicitaires efficaces et persuasives](#) 
- [Évaluer la rétroaction constructive](#) 

Matériel pour la leçon

- [Analyse d'un exemple d'annonce publicitaire](#) 
- [Exemples d'identification de techniques de persuasion](#) 

Background Information

- [Techniques de persuasion en publicité](#) 

Images

- [Échantillons d'affiches publicitaires](#)