

Thème n°1) Les enjeux moraux et civiques de la société de l'information

Compétences	Connaissances
Identifier et expliciter les valeurs éthiques et les principes civiques en jeu.	La notion d'identité numérique. Questions éthiques majeures posées par l'usage individuel et collectif du numérique. Quelques principes juridiques encadrant cet usage.
Mobiliser les connaissances exigibles.	Spécificité et rôle des différents médias et éléments de méthode permettant la compréhension critique des informations dont ils sont porteurs et des réactions qu'ils suscitent (commentaires interactifs, blogs, tweets...).
Développer l'expression personnelle, l'argumentation et le sens critique.	
S'impliquer dans le travail en équipe.	

➤ Travail réalisé en lien avec la fête de la science. Le rôle de la publicité dans nos comportements alimentaires.

1) Faites une recherche sur la publicité et ses origines.

La **publicité** permet à une marque de produit ou de service de se faire connaître : il s'agit de communication. Il existe aussi des publicités pour des grandes causes, comme la faim dans le monde ou contre l'utilisation de fourrure comme vêtement. Elle peut aussi concerner des personnes publiques, comme les hommes politiques.

La publicité coûte très chère : environ un million d'euros pour trente secondes sur une grande chaîne nationale de télévision vers 21h (pour la France). Cette heure est appelée *prime time* et correspond au moment de la journée où le plus grand nombre de français regardent la télévision. Cette heure n'est pas la même pour la radio (le prime time de la radio est le matin) ou pour d'autres pays. À cause de son coût, les entreprises demandent donc à des personnes spécialisées de travailler sur une publicité qui va toucher les clients visés. (Source <https://fr.wikidial.org/wiki/Publicité>).

Voir <https://www.youtube.com/watch?v=sxs7Q1YcARs> concernant les origines de la pub à diffuser.

2) Quels sont les différents vecteurs de diffusion de la publicité ?

Affichages dans les villes, presse, télévision, radio, évènements sportifs.

3) Pourquoi peut-on dire qu'il s'agit d'un média ?

La publicité est diffusée par le biais de la presse, de la télévision et de la radio. Elle communique donc des informations à la population. Elle a but commercial mais parfois aussi informatif.

4) Analysez les trois publicités suivantes en complétant le tableau :

Doc 1) https://www.youtube.com/watch?v=-s7GwqW-_0



Doc 2)



Doc 3)

Produit présenté	Support de la publicité	Description/scenario de la publicité	Symboles, codes utilisés	Message diffusé
Doc 1) Red Bull = boisson énergisante	Vidéo	Un homme marche dans la rue. Un oiseau lâche une déjection sur son épaule. Il s'en rend compte, prend une canette de Red Bull et tout d'un coup arrive à voler et à atteindre l'oiseau. Il tente de lui uriner dessus à son tour pour se venger.	Humour, un slogan, Red Bull donne des ailes.	Lorsque l'on prend Red Bull une boisson énergisante, notre force est décuplée et nous disposons d'une énergie débordante pour accomplir des choses infaisables auparavant.
Doc 2) Hamburger Le grand Veggie	Affiche	On voit en gros plan un hamburger géant et très appétissant apparaître. Il semble briller de mille feux. Ses couleurs sont très vives et les légumes semblent très	Slogan « Le grand Veggie, improbable, mais vrai ! » Gourmand avec une sauce au pesto rouge et Généreux avec une galette aux légumes et de	On attire l'œil du consommateur sur l'improbabilité d'un hamburger Végane. En effet les hamburgers sont réputés être à base de viande. On insiste sur l'origine

		présents. De chaque côté on peut voir Les mots Gourmand et Généreux.	l'Emmental français. Le hamburger est anormalement gros.	française de l'Emmental. Enfin il s'agit d'un grand Veggie, d'où sa taille sur l'affiche. Le but est de mettre le consommateur en appétit. Le végane est un mode de consommation qui se développe de plus en plus, d'où la volonté de Mac Do de viser ce publique.
Doc 3) Pitch = brioche au chocolat	Affiche	Sur un fond bleu on voit Teddy Riner avec un enfant qui lui fait une prise de judo.	On voit en gros le nom de la marque Pitch avec un slogan « Etre un enfant c'est du sport ». On utilise en fait l'image du sportif pour vendre aux enfants les pitch. Le bleu correspond à la couleur du kimono de Teddy Riner, mais aussi à la couleur référence de la marque Pasquier qui commercialise les Pitch.	Etre un enfant c'est du sport signifie qu'un enfant se dépense beaucoup et a donc le droit d'avoir son pitch au goûter. Teddy Riner est là pour montrer que lui aussi consomme des Pitch et lui aussi est finalement un grand enfant. Pitch est le sponsor de Teddy Riner.

A votre tour : choisissez une publicité en lien avec un produit alimentaire et faites-en l'analyse en reprenant les critères précédents. Vous présenterez votre travail à la classe par groupe de 2.

👉 Tâche finale : réaliser un débat télédiffusé dans l'enceinte de l'établissement ayant pour thème

→ Peut-on se passer de la publicité dans le choix de nos produits alimentaires ?

- Votre débat devra être construit en amont, vous devez donc trouver vos arguments avant (voir tableau suivant)
- Une partie de la classe travaillera sur l'habillage de l'image en salle informatique et l'autre sur la construction du débat.
- Vous devrez réfléchir aux rôles tenus par chaque personne dans le débat.
- Vos propos devront être appuyés par des exemples précis pris dans l'actualité afin d'illustrer votre débat.
- Enfin, vous devrez maîtriser votre débat et vous entraîner à parler correctement à l'oral.

Pour	Contre