

Cours 3
FRA-3103-1
Décoder l'information et la publicité

Français, langue d'enseignement



Durée : 25 heures

Présentation du cours

Reconnue comme un droit social, l'information est omniprésente dans nos vies. Que l'on puise son information à la télévision, à la radio, dans les quotidiens ou dans le réseau Internet, il est facile de prendre régulièrement le pouls de la société dans laquelle on évolue. La publicité, quant à elle, nous interpelle constamment. Qu'elle fasse la promotion de biens ou de services, ou qu'elle nous invite à modifier certains de nos comportements, elle fait partie du paysage médiatique. Le but du cours *Décoder l'information et la publicité* est d'amener l'adulte à prendre contact avec les domaines journalistique et publicitaire. Il pourra ainsi mieux saisir l'actualité et être sensibilisé à l'influence qu'exerce la publicité dans sa vie.

L'adulte est invité à consulter des documents provenant de différents médias (journaux, revues, Internet). Ces documents présentent des sujets variés et sont centrés sur l'information ou sur la publicité commerciale et sociétale. Les textes descriptifs ou explicatifs (compte rendu d'événement, nouvelle journalistique, rapport de sondage) comptent environ 800 mots, alors que les annonces publicitaires comptent environ 300 mots. Ces textes pourront servir de modèles à l'adulte au moment de rédiger ses propres textes dans le cours suivant, FRA-3104-1 *Informer et exercer une influence*.

Au terme de ce cours, l'adulte sera en mesure de s'informer en consultant des textes écrits liés à l'information journalistique et à la publicité. Il saura également tirer parti des particularités de chaque genre (procédés graphiques, linguistiques, etc.) afin de dégager l'information, qu'elle soit explicite ou implicite. Il sera capable de cerner l'ensemble du propos et de reconnaître les moyens choisis pour servir l'intention : informer le destinataire ou l'influencer et l'inciter à agir.

ÉLÉMENTS PRESCRITS		
Compétence disciplinaire	Familles de situations d'apprentissage	Savoirs
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Lire et apprécier des textes variés 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ S'informer en ayant recours à une variété de textes courants provenant de sources diverses ▪ Poser un regard critique sur des textes courants 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Communication langagière ▪ Grammaire du texte ▪ Grammaire de la phrase ▪ Lexique ▪ Diversité de la langue

Compétences disciplinaires

Puisque les médias exercent une grande influence sur nos comportements, nos valeurs et notre vision du monde, il est important de décoder leurs messages. Ce cours favorise le développement de la compétence disciplinaire *Lire et apprécier des textes variés*.

COMPÉTENCE DISCIPLINAIRE PRESCRITE		
1. Lire et apprécier des textes variés	2. Écrire des textes variés	3. Communiquer oralement selon des modalités variées

Dans le présent cours, l'adulte développe sa compétence à lire à travers les familles de situations d'apprentissage *S'informer* et *Poser un regard critique*. Cette compétence se développe par la mise en œuvre des processus de lecture ainsi que par l'utilisation des stratégies qui s'y rattachent. Les compétences transversales ciblées et, bien sûr, les notions et les concepts liés à la connaissance de la langue, de même que les repères culturels proposés, contribuent tout à la fois au développement de la compétence visée.

Par la lecture de textes courants variés (compte rendu d'événement, nouvelle journalistique, rapport de sondage), l'adulte découvre l'importance d'un traitement objectif de l'information. Lorsqu'il aborde les messages publicitaires, il apprend à reconnaître certains indices textuels ou linguistiques (présence marquée ou effacée de l'énonciateur, ton adopté, information explicite ou implicite, vocabulaire connoté, etc.) qui lui permettent de cerner le point de vue de l'émetteur.

Processus et stratégies

Le tableau qui suit présente quelques-unes des stratégies du processus de lecture pertinentes pour les familles de situations d'apprentissage prescrites dans ce cours. Toutefois, afin de connaître un plus grand nombre de stratégies utiles à la réalisation de ses tâches, l'adulte peut consulter le tableau *Familles de situations, processus et stratégies* de la compétence *Lire et apprécier des textes variés* présenté à l'annexe 2 du programme d'études.

PROCESSUS ET STRATÉGIES	
LIRE ET APPRÉCIER DES TEXTES VARIÉS	
Planifier sa lecture	Stratégies
	Analyser la situation de communication <ul style="list-style-type: none"> en tenant compte de l'ensemble des paramètres de la communication et du genre de texte
	Déterminer les étapes de sa lecture Prévoir sa prise de notes Analyser la tâche et en cerner le défi
	Anticiper sur le contenu, l'organisation ou le point de vue Adapter les étapes de sa lecture <ul style="list-style-type: none"> en activant ses repères culturels et ses connaissances relatives au sujet et au genre de texte en tenant compte des indices textuels et contextuels en se rappelant les exigences de la tâche et en tenant compte de l'échéancier et des ressources à sa disposition
Comprendre et interpréter un texte	Diversifier ses façons de résoudre ses difficultés de compréhension et d'interprétation Tirer profit de son bagage de connaissances Aborder le texte de façon différente Tirer profit des ressources externes
	Cerner le contenu Situer le texte dans son contexte <ul style="list-style-type: none"> en tenant compte du média et de la date de publication en s'appuyant sur des repères historiques et géographiques pour situer l'information en s'appuyant sur des repères linguistiques et culturels pour mettre en perspective le traitement du sujet Relever certains éléments du texte et les réorganiser <ul style="list-style-type: none"> en jugeant du caractère essentiel ou accessoire, utile ou intéressant des éléments en notant la source, l'énonciateur et le point de vue de chaque extrait en reconstruisant cette information tout en tenant compte de ses connaissances antérieures Reconnaître le contenu d'une description ou d'une explication <ul style="list-style-type: none"> en mettant en relation certains éléments d'information en départageant les idées principales et les idées secondaires ainsi que les faits et les opinions en dégagant les aspects sous lesquels le sujet est abordé Reconnaître, dans les messages publicitaires, l'intention de l'émetteur et les arguments utilisés pour servir l'intention
	Dégager l'organisation, la structure et l'articulation du texte Reconnaître la structure de la séquence dominante descriptive ou explicative <ul style="list-style-type: none"> en dégagant les éléments de l'introduction en dégagant les éléments décrits ou les explications données en dégagant les éléments de la conclusion Reconnaître l'insertion d'un passage d'un autre type, s'il y a lieu Reconnaître, dans le message publicitaire, les éléments conçus pour attirer l'attention (titre accrocheur, logo, marque, slogan, etc.)
	Cerner le point de vue adopté Reconnaître l'énonciateur et attribuer les propos à l'énonciateur approprié Dégager l'orientation donnée aux propos Reconnaître l'attitude de l'énonciateur
Réagir au texte et l'apprécier	Reconnaître les effets suscités par le texte <ul style="list-style-type: none"> en étant sensible aux émotions, aux impressions et à l'intérêt suscité par le texte en étant attentif à ce que le texte permet d'apprendre ou de découvrir
	Expliciter et justifier ses réactions <ul style="list-style-type: none"> en se référant à ses connaissances, à ses expériences, à ses lectures antérieures et à ses champs d'intérêt en se référant au traitement du thème ou du sujet
Évaluer sa démarche	Poser un regard critique sur les étapes de sa lecture <ul style="list-style-type: none"> en s'interrogeant sur l'efficacité des stratégies employées
	Poser un regard critique sur le résultat de la tâche <ul style="list-style-type: none"> en validant le choix des éléments de contenu retenus
	Se fixer de nouveaux défis <ul style="list-style-type: none"> en choisissant ce sur quoi mettre l'accent au cours de la prochaine tâche de lecture

Compétences transversales

Dans les situations d'apprentissage, les compétences transversales et les compétences disciplinaires se développent simultanément. Les compétences transversales présentées dans le tableau qui suit apparaissent comme les plus utiles à la réalisation des tâches qui peuvent être proposées dans ce cours. L'accent peut donc être mis sur ces deux compétences ou sur l'une ou l'autre d'entre elles.

COMPÉTENCES TRANSVERSALES CIBLÉES			
Ordre intellectuel	Ordre de la communication	Ordre personnel et social	Ordre méthodologique
<ul style="list-style-type: none"> Exploiter l'information 	-----	-----	<ul style="list-style-type: none"> Exploiter les technologies de l'information et de la communication

Dans le présent cours, l'adulte est invité à consulter divers médias écrits pour s'informer ou se forger une opinion. Il doit repérer l'information issue de sources variées, confronter les données recueillies, juger de leur pertinence, et, finalement, les organiser et les synthétiser afin d'en tirer profit. En ce sens, la compétence *Exploiter l'information* permet à l'adulte d'acquérir et de mobiliser un savoir-faire qui l'amène à systématiser sa quête d'information, à s'approprier l'information recueillie et à l'utiliser adéquatement, le cas échéant.

Le réseau Internet joue un rôle important dans la diffusion de l'information et de la publicité. L'adulte peut y recourir et accéder à un éventail de textes écrits répondant à ses besoins ou à ses champs d'intérêt. Cependant, explorer de façon efficace les ressources illimitées du réseau Internet nécessite des méthodes de recherche sûres pour éviter de se perdre dans un labyrinthe d'hyperliens et de s'éloigner ainsi de l'objectif de départ. La compétence *Exploiter les technologies de l'information et de la communication* s'avère donc particulièrement utile pour réaliser efficacement les tâches proposées dans ce cours.

Contenu disciplinaire

Cette rubrique réunit les notions et les concepts prescrits, regroupés sous la mention « Savoirs », ainsi que les repères culturels présentés à titre d'exemples dans le cours *Décoder l'information et la publicité*.

Savoirs

La présentation des notions et concepts sous la forme de savoir-agir favorise à la fois leur utilisation et le développement de la compétence; mieux comprendre leur rôle donne davantage de sens à leur apprentissage. La langue étant l'outil de communication à maîtriser, la connaissance de ses constituants s'avère essentielle.

Le tableau qui suit dresse la liste des notions et des concepts à construire ou à maîtriser dans ce cours. Les savoirs suivis d'un losange ♦ sont précisés à l'annexe 3 du programme d'études.

Légende :

- : savoir en construction
- ↻ : savoir à maîtriser (peut être évalué à partir de ce cours)

SAVOIRS	
COMMUNICATION LANGAGIÈRE	
Éléments de la communication	
○ Reconnaître les éléments de la situation de communication (récepteur/destinataire, émetteur, langage, message, référent)	↻
○ Reconnaître les principaux facteurs qui influent sur la communication ♦	↻
Énonciation	
○ Reconnaître les marques énonciatives ♦	↻
Point de vue	
○ Reconnaître les marques de modalité ♦	●
- Vocabulaire connoté, mélioratif ou péjoratif	●
- Auxiliaires de modalité	↻
- Phrase impersonnelle (pour marquer la distanciation)	↻
- Phrases incidentes ou groupes incidents	↻
- Éléments implicites	↻
- Tutoiement ou vouvoiement et formules liées aux règles de convenance	↻
Ton	
○ Reconnaître le ton (neutre, favorable, défavorable, humoristique, ironique, élogieux, sarcastique, etc.) adopté par l'énonciateur	↻
Discours rapporté	
○ Reconnaître les énonciateurs des propos rapportés	●
- Énonciateurs nombreux dont les propos relèvent de situations d'énonciation différentes (ex. : <i>Un journaliste (1) rapporte que le ministre (2) a annoncé le plan de relance que les agriculteurs (3) réclamaient depuis longtemps.</i>)	●
○ Reconnaître différentes façons de marquer la transposition d'un discours direct en discours indirect : indices de temps et de lieu, subordination, temps verbaux, ponctuation, etc.	↻

SAVOIRS	
GRAMMAIRE DU TEXTE	
Genre de texte	
o Reconnaître les marques qui caractérisent certains genres ♦ de textes écrits (compte rendu d'événement, nouvelle journalistique, rapport de sondage)	↻
o Reconnaître les marques qui caractérisent le message publicitaire (titre accrocheur, logo, marque, slogan, etc.)	↻
o Distinguer la publicité commerciale de la publicité sociétale	↻
Cohérence textuelle	
o Reconnaître les procédés de reprise de l'information	↻
- Répétition abrégée d'un GN (ex. : <i>La ville de Québec a un cachet exceptionnel. Au pays, c'est <u>la ville</u> que j'ai le plus souvent visitée.</i>)	↻
- Pronom reprenant un GN dont le noyau est un nom collectif (ex. : <i>La foule de spectateurs était disciplinée. <u>Elle</u> s'est dispersée calmement.</i>)	↻
- Groupe adverbial (ex. : <i>Elle passe ses étés à la campagne; <u>là</u>, le temps passe moins vite.</i>)	↻
Organisation du texte	
Marques d'organisation du texte	
o Reconnaître les marques d'organisation du texte et comprendre leur apport à la structure et au sens du texte	↻
- Marques non linguistiques ♦	↻
- Marques linguistiques ♦ : organisateurs textuels, marqueurs de relation	↻
Séquences textuelles	
o Reconnaître la séquence dominante dans un texte journalistique et les procédés qui lui sont propres	↻
- Séquence descriptive ♦	↻
- Séquence explicative ♦	↻
o Reconnaître l'insertion de séquences secondaires dans une séquence dominante d'un autre type et l'intérêt de ces insertions dans le texte	↻
o Reconnaître, dans les messages publicitaires, les différents types d'arguments utilisés (fait vérifiable, donnée statistique, appel aux sentiments, à la logique, aux valeurs, au besoin de nouveauté, etc.)	↻
GRAMMAIRE DE LA PHRASE	
Construction de la phrase	
Types, formes et sortes de phrases	
o Reconnaître les formes de phrases	↻
- Phrase impersonnelle transformée (ex. : <i>Il manque une œuvre à sa collection.</i>)	↻
- Phrase passive avec ou sans complément	↻
o Reconnaître les phrases à construction particulière : la phrase à présentatif, la phrase infinitive et la phrase impersonnelle non transformée (ex. : <i>Il pleut.</i>)	↻
Groupes syntaxiques	
o Reconnaître le groupe adjectival dont l'expansion est une phrase subordonnée complétive	●
o Reconnaître l'ordre des pronoms compléments dans le groupe verbal (ex. : <i>Vous me le dites. Dites-le-moi.</i>)	●
o Reconnaître le groupe participial : son noyau et ses expansions	↻
o Reconnaître le groupe adverbial employé comme coordonnant	↻
Fonctions syntaxiques	
o Reconnaître la fonction sujet de phrase tenue par une subordonnée complétive	●
o Reconnaître la fonction complément du nom remplie par un groupe participial	↻
o Reconnaître la fonction complément de l'adjectif tenue par une subordonnée complétive	●
o Reconnaître les compléments direct ou indirect tenus par une subordonnée complétive	↻
o Reconnaître la fonction complément indirect du verbe tenue par le groupe adverbial	●

SAVOIRS	
Classes de mots	
o Distinguer le verbe essentiellement impersonnel du verbe occasionnellement impersonnel	↻
Liens dans la phrase et entre les phrases	
Juxtaposition – Coordination	
o Reconnaître l'effacement des éléments identiques et de même fonction (ex. : <i>Cette idée me réjouit, mais cette idée inquiète mon voisin.</i>)	↻
o Reconnaître la coordination et la juxtaposition de phrases subordonnées	●
o Reconnaître que les phrases subordonnées juxtaposées ou coordonnées ont la même fonction syntaxique	●
Subordination	
o Reconnaître la réduction de la subordonnée relative à un groupe adjectival (ex. : <i>Les gens qui sont motivés réussissent.</i> → <i>Les gens motivés réussissent.</i>) ou à un groupe participial (ex. : <i>La dame qui porte un châle est ma mère.</i> → <i>La dame portant un châle est ma mère.</i>)	↻
o Reconnaître la subordonnée complétive sujet de phrase	●
o Reconnaître la subordonnée complétive complément de l'adjectif	●
o Reconnaître la subordonnée complétive complément direct ou indirect du verbe	↻
– Attention particulière au sujet du verbe (<i>Je crois qui va faire beau demain. Je crois qu'il va faire beau demain.</i>)	↻
o Reconnaître la subordonnée complément de phrase à valeur de comparaison	↻
Insertion	
o Reconnaître la phrase incidente ou le groupe incident qui apporte une précision ou un commentaire	↻
Ponctuation	
o Reconnaître la virgule qui marque les éléments suivants:	
– Juxtaposition ou coordination de phrases subordonnées	●
– Effacement d'éléments identiques	●
– Insertion d'un groupe incident ou d'une phrase incidente	↻
o Reconnaître le point-virgule qui marque la juxtaposition de phrases	↻
o Reconnaître les guillemets qui signalent un écart par rapport au vocabulaire standard	↻
Accords dans les groupes et entre les groupes	
Accords dans le groupe du nom	
o Reconnaître le nombre du nom collectif et du nom qui le suit	↻
o Reconnaître l'invariabilité du nom dans certaines expressions (ex. : <i>Faire bon ménage</i>)	↻
Accords dans le groupe verbal	
o Reconnaître l'accord du verbe et de l'adjectif attribut lorsque le groupe sujet est constitué d'un nom collectif avec ou sans expansion	↻
o Reconnaître l'invariabilité de l'adjectif employé comme adverbe	↻
Conjugaison	
Concordance des temps	
o Reconnaître le mode du verbe dans la subordonnée complétive complément du verbe	↻
o Reconnaître le mode du verbe dans la subordonnée complétive complément de l'adjectif	●
o Reconnaître le rapport chronologique établi par le verbe introducteur de la subordonnée, notamment dans le discours rapporté indirect (antériorité, simultanéité, postériorité)	↻
LEXIQUE	
Formation des mots	
Dérivation	
o Reconnaître le sens des préfixes et des suffixes pour résoudre les problèmes de compréhension de mots	↻
– Attention particulière aux éléments suivants :	
· Variations de forme dans les préfixes (ex. : <i>découper, désaccorder</i>)	↻
· Nuances de sens portées par le suffixe (ex. : <i>punissable, punitif</i>)	↻
· Changement de classe signalé par le suffixe (ex. : <i>réalisme, réaliste</i>)	↻

SAVOIRS	
<ul style="list-style-type: none"> · Genre indiqué par le suffixe (ex. : <i>correcteur</i>, <i>correctrice</i>) · Valeur méliorative ou péjorative portée par l'affixe (ex. : <i>jaunâtre</i>, <i>hypersensible</i>) 	↻ ●
Composition	
○ Reconnaître le sens des mots de composition savante grâce aux éléments qui les constituent (ex. : <i>carnivore</i> , <i>zoothérapie</i>)	↻
Autres	
○ Reconnaître le sens des mots formés par télescopage (mots-valises) et, s'il y a lieu, l'effet produit (ex. : <i>clavarder</i> : <i>clavier</i> + <i>bavarder</i> ; <i>parlementeur</i> : <i>parlement</i> + <i>menteur</i>)	●
○ Reconnaître diverses formes d'abrègement (troncation, sigles, acronymes)	↻
○ Reconnaître les néologismes et l'effet produit (technicité, impression d'avant-garde, effet de mode)	●
Origine et évolution des mots	
○ Reconnaître les anglicismes fréquents dont l'emploi est critiqué	↻
Sens des mots	
○ Reconnaître le sens des mots approprié au contexte en recourant, au besoin, au dictionnaire (sens contextuel, paronymie)	↻
○ Reconnaître et interpréter, en contexte, le sens attribué aux termes polysémiques	↻
○ Reconnaître le sens neutre ou connoté des mots	●
Figures de style et procédés stylistiques	
○ Reconnaître certaines figures de style et l'effet qu'elles produisent : l'énumération, la répétition, la comparaison, la métaphore, la périphrase et l'hyperbole	↻
○ Reconnaître certains éléments de style qui créent un effet (jeux de mots, images, sonorité, ponctuation, etc.)	●
Relations entre les mots	
○ Reconnaître les synonymes et les antonymes et leur rôle dans le texte	↻
Orthographe d'usage et typographie	
Majuscule initiale	
○ Reconnaître l'emploi de la majuscule dans les noms propres qui désignent des événements, des établissements, des organisations, des marques de commerce, etc.	●
Trait d'union	
○ Observer l'emploi du trait d'union après le verbe suivi de pronoms compléments dans la phrase impérative positive	●
DIVERSITÉ DE LA LANGUE	
○ Reconnaître les marques des variétés de langue soutenue, standard, familière ou populaire	↻
○ Reconnaître les marques de variation historique, géographique ou sociale	●

Repères culturels

L'étude de la langue permet à l'adulte d'élargir sa culture en se référant aux repères culturels qu'il s'est déjà construits et en s'en constituant de nouveaux. Comme la culture peut être envisagée sous différents angles, les repères culturels peuvent revêtir diverses dimensions. Les repères culturels proposés dans ce cours sont répertoriés selon les dimensions sociolinguistique, sociologique et esthétique. Ils sont présentés à titre d'exemples. L'enseignant, de concert avec l'adulte, pourra en aborder d'autres qui lui sembleront mieux appropriés à la tâche demandée.

Concernant la dimension sociolinguistique, l'adulte saura notamment :

- examiner les codes et les conventions utilisés en publicité pour joindre un groupe ciblé de destinataires;
- découvrir certaines expressions propres au milieu québécois;
- comparer certains éléments linguistiques utilisés dans des publicités produites au Québec et dans celles qui sont produites ailleurs.

Concernant la dimension sociologique, l'adulte saura notamment :

- prendre conscience des caractéristiques du mode de vie à une époque donnée par l'observation des annonces publicitaires;
- découvrir, par la lecture de comptes rendus d'événements, certains événements marquants et les comportements des personnes en cause.

Concernant la dimension esthétique, l'adulte saura notamment :

- faire ressortir certains éléments de présentation des productions ou des écrits publicitaires considérés comme bien réussis (ex. : disposition, mise en relief, choix de couleurs).

Familles de situations d'apprentissage

Les familles de situations d'apprentissage permettent de regrouper les textes en fonction de caractéristiques communes liées à l'intention de communication poursuivie. Les familles de situations d'apprentissage retenues pour répondre aux exigences du cours *Décoder l'information et la publicité* sont précisées dans le tableau ci-dessous.

FAMILLES DE SITUATIONS D'APPRENTISSAGE PRESCRITES			
COMPÉTENCE DISCIPLINAIRE	Familles liées		
	à l'information	à la pensée critique	à la création
LIRE ET APPRÉCIER DES TEXTES VARIÉS	S'informer en ayant recours à une variété de textes courants provenant de sources diverses	Poser un regard critique sur des textes courants	-----

L'information étant omniprésente dans notre société, le compte rendu d'événement, la nouvelle journalistique et le rapport de sondage jouent un rôle de premier plan pour informer et façonner l'opinion publique. Aussi, faut-il bien lire afin d'éviter que les renseignements ne s'entremêlent, que le fait et l'hypothèse ne se confondent ou que le fait ne masque l'opinion. *S'informer* de façon appropriée demande donc un minimum de connaissance de la langue écrite pour mieux saisir l'intention de la communication et la portée des mots. *S'informer* peut aussi signifier découvrir tout

ce que la société propose de nouveau par la publicité : services, produits, emplois; tendances, modes, loisirs, etc.

La publicité peut également inciter à utiliser certains produits et services ou à adopter certains comportements. La famille de situations *Poser un regard critique* s'avère alors essentielle pour être un consommateur averti ou un citoyen avisé. Poser un regard critique permet de faire la part des choses : distinguer la réalité du mirage, l'essentiel du superflu, vérifier l'intention réelle de l'émetteur ou valider la crédibilité des arguments présentés.

Domaines généraux de formation

Les domaines généraux de formation servent de cadre aux diverses situations d'apprentissage. Ils permettent à l'adulte de constater que ses apprentissages sont liés aux autres activités de sa vie. Ceux qui sont présentés dans le tableau ci-dessous offrent des conditions favorables à la réalisation des tâches qui peuvent être proposées à l'adulte dans ce cours.

DOMAINES GÉNÉRAUX DE FORMATION CIBLÉS	
▪ Médias	▪ Environnement et consommation

Qu'ils soient écrits ou oraux, imprimés, sonores ou virtuels, les médias nous tiennent informés de l'actualité, et ce, très souvent en temps réel. Pour connaître les toutes dernières nouvelles, l'adulte peut feuilleter les quotidiens, naviguer sur le réseau Internet; alors, il se familiarise avec la présentation des diffuseurs qui lui semblent les plus accessibles. Il peut également comparer la manière dont deux médias ont choisi de traiter le même événement.

Agents de diffusion de l'information, les médias le sont tout autant de la publicité dont ils sont tributaires. Les publicités commerciales et sociétales utilisent des stratégies psycholinguistiques et des moyens technologiques de plus en plus sophistiqués en vue d'éveiller l'attention, de susciter le besoin, ou encore de pousser à l'achat ou à la consommation de biens et de services.

Pour devenir un consommateur averti, l'adulte doit donc prendre conscience de la place qu'occupe la publicité dans son quotidien et de l'influence qu'elle exerce sur lui et sur son entourage.

Exemples de situations d'apprentissage

Peu importe le domaine général de formation retenu pour prendre contact avec le monde de l'information et de la publicité, les situations d'apprentissage placent l'adulte au cœur de l'action. Elles l'amènent à développer les compétences disciplinaires et les compétences transversales visées, à acquérir les notions et les concepts utiles à la tâche, à mobiliser les ressources et les repères culturels appropriés et à s'en constituer de nouveaux.

Le tableau qui suit présente les éléments nécessaires à l'élaboration de toute situation d'apprentissage liée au présent cours. On y précise les éléments ciblés et prescrits dans ce cours.

ÉLÉMENTS NÉCESSAIRES À L'ÉLABORATION D'UNE SITUATION D'APPRENTISSAGE		
Domaines généraux de formation (ciblés)	<ul style="list-style-type: none"> • Environnement et consommation • Médias 	
Compétence disciplinaire (prescrite)	<ul style="list-style-type: none"> • Lire et apprécier des textes variés 	
Familles de situations d'apprentissage (prescrites)	Familles de situations d'apprentissage liées	
	à l'information	à la pensée critique
	<ul style="list-style-type: none"> • S'informer 	<ul style="list-style-type: none"> • Poser un regard critique
Compétences transversales (ciblées)	<ul style="list-style-type: none"> • Exploiter l'information • Exploiter les technologies de l'information et de la communication 	
Savoirs (prescrits)	<ul style="list-style-type: none"> • Voir la liste des notions et concepts sous « Savoirs » dans le contenu disciplinaire 	

Une situation d'apprentissage comporte des tâches simples ou complexes, et porte sur des objets de formation précis. L'enseignant peut cibler un ou plusieurs éléments à la fois. Les exemples qui suivent tiennent compte des éléments précisés plus haut.

EXEMPLES DE SITUATIONS D'APPRENTISSAGE	
Situation	Tâche
<ul style="list-style-type: none"> Les changements climatiques sont la cause de catastrophes de plus en plus nombreuses : <ul style="list-style-type: none"> Information de première heure sur une tornade ayant frappé une région avoisinante. 	<ul style="list-style-type: none"> Lecture d'articles en vue de connaître les circonstances de l'événement : <ul style="list-style-type: none"> Rassembler des articles qui traitent de l'événement dans divers types de journaux : local ou régional; Rédiger une fiche d'information pour chaque article trouvé (éléments d'information à y inclure : quoi, où, quand, comment, qui; faits, causes et conséquences connues, victimes, témoignages, etc.). Écriture d'un message publicitaire pour sensibiliser les gens aux conséquences des changements climatiques.
<ul style="list-style-type: none"> Le gouvernement provincial a réalisé plusieurs travaux d'envergure et leur inauguration est annoncée pour bientôt : construction d'un pont, d'un tunnel ou d'un édifice : <ul style="list-style-type: none"> Information de première heure sur l'événement. 	<ul style="list-style-type: none"> Lecture d'articles en vue de connaître l'événement : <ul style="list-style-type: none"> Réunir, pour un même sujet, l'information donnée dans divers médias écrits; Comparer les renseignements donnés sur un même sujet selon les médias consultés; Faire ressortir les informations les plus précises et leur source.
<ul style="list-style-type: none"> Dans le cadre de la <i>Semaine de la publicité</i>, votre centre de formation organise un concours intitulé « Les fous de la pub ». Ce concours s'inspire d'une émission de télévision du même nom qui a été très populaire dans les années 1990. 	<ul style="list-style-type: none"> Préparation à la lecture <ul style="list-style-type: none"> Établir une liste de dix critères d'appréciation applicables à des publicités écrites. Lecture <ul style="list-style-type: none"> Lire des publicités commerciales et sociétales diverses (issues de journaux, de magazines, de sites web, etc.); En équipe de trois personnes, sélectionner trois publicités particulièrement réussies dans chaque catégorie. Prise de parole <ul style="list-style-type: none"> Présenter les pubs retenues par chaque équipe et discuter de leurs qualités respectives; Sélectionner les trois pubs gagnantes (pub d'or, pub d'argent et pub de bronze) dans chaque catégorie en s'appuyant sur les critères établis.

Attentes de fin de cours

Afin de s'informer sur les événements qui marquent l'actualité et de connaître les produits et les services qui lui sont offerts, l'adulte lit divers textes courants (compte rendu d'événement, nouvelle journalistique, rapport de sondage) ainsi que des messages publicitaires.

En situation de lecture, l'adulte tient compte des paramètres de la situation de communication : il identifie l'intention ainsi que les caractéristiques de l'émetteur et il porte attention à certains indices textuels ou linguistiques (présence marquée ou effacée de l'émetteur, ton adopté, éléments explicites ou implicites, etc.) pour cerner le point de vue de l'émetteur.

S'il lit un texte descriptif ou explicatif, l'adulte reconstitue le plan du texte et en dégage le sens en s'appuyant sur sa connaissance du genre de texte et sur l'organisation textuelle (séquence dominante et séquences secondaires, organisateurs textuels, etc.). Il départage les idées principales et les idées secondaires, les faits et les opinions ainsi que les propos rapportés et ceux qui proviennent de l'auteur. S'il y a lieu, il repère et interprète avec justesse les messages implicites. Il est en mesure de retracer les faits saillants du sujet d'actualité présenté et d'en mesurer la portée.

Lorsqu'il lit des messages publicitaires, l'adulte distingue les types de publicité (commerciale et sociétale) et il dégage les éléments qui font la promotion d'un service ou d'un bien de consommation, ou encore qui exhortent à des changements de comportement ou d'attitude. Il reconnaît les types d'arguments (faits, statistiques, appel aux sentiments, à la logique, aux valeurs, au besoin de nouveauté, etc.) et certains procédés stylistiques (figures de style, jeux de mots, répétition, etc.) utilisés pour convaincre le destinataire ou l'inciter à agir. Il est également en mesure de comprendre et d'interpréter les messages implicites. Il pose un regard critique sur les textes.

Quel que soit le genre de texte lu, l'adulte exploite sa connaissance de la grammaire de la phrase et du lexique (dérivation et composition des mots, sens propre et sens figuré, etc.) pour reconnaître le sens des mots et saisir les nuances exprimées.

L'adulte fonde son interprétation du texte lu, ou sa réaction à celui-ci, sur des éléments textuels ou linguistiques pertinents. Il est en mesure de donner son impression sur la clarté et sur l'intérêt de l'information ou des idées présentées et d'exprimer son accord ou son désaccord sur le sujet traité ou sur l'un de ses aspects. Enfin, il communique son interprétation ou sa réaction en respectant les règles de la syntaxe, de l'orthographe lexicale et grammaticale et de la ponctuation.

Critères d'évaluation des compétences visées par le cours

CRITÈRES D'ÉVALUATION DE LA COMPÉTENCE
LIRE ET APPRÉCIER DES TEXTES VARIÉS
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Compréhension juste d'un ou de plusieurs textes ▪ Interprétation fondée d'un ou de plusieurs textes ▪ Réaction fondée à un ou à plusieurs textes ▪ Jugement critique et fondé sur un ou plusieurs textes

