

Semaine manitobaine de sensibilisation aux dépendances



Faites de la publicité!!



ACTIVITÉ DE SENSIBILISATION À LA MÉTHAMPHÉTAMINE!



Niveau scolaire : Secondaire 1 à 4

Méthamphétamine - Activité 2

Objectif : Les élèves créeront des messages « d'intérêt public » au sujet des risques associés à la méthamphétamine. Au cours de ce processus, ils apprendront à connaître les effets négatifs de la méthamphétamine ainsi que les façons d'analyser une annonce de manière éclairée et de créer une annonce efficace qui incitera la population à faire des choix-santé.

1^{re} partie - Méthamphétamine - Risques et réalités

Méthode : Demandez aux élèves de prendre les mesures suivantes :

- ➔ Faire un remue-méninges dans le but de recenser tous les faits qu'ils croient connaître sur la méthamphétamine. Il peut s'agir non seulement de faits « certains » mais également de « faits douteux »!
- ➔ Examiner la feuille *La méthamphétamine en bref* qui se trouve dans la trousse d'activités.
- ➔ Faire un remue-méninges dans le but de dresser une liste des renseignements supplémentaires qu'ils aimeraient trouver :
 - Demandez-leur d'utiliser des sources de bonne réputation pour trouver leurs réponses;
 - Invitez un conférencier « expert » qui pourrait faire part de ses connaissances (consultez le *Forum du conférencier* dans la partie de la trousse réservées aux ressources);
 - Montrez leur une vidéo sur la méthamphétamine de la Fondation manitobaine de lutte contre les dépendances.

2^e partie - Publicité - Les ficelles du métier

Méthode : Encourager la pensée critique!

- ➔ Choisissez une annonce télévisée populaire et faites un remue-méninges avec les élèves pour déterminer les raisons pour lesquelles cette annonce est si efficace. Demandez aux élèves de répondre à des questions comme celles-ci :
 - Qui communique le message et pourquoi? Qui profite de ce message?
 - Quel est l'objet et le point de vue de ce message?
 - Quel est le public cible, quelles croyances, valeurs et attitudes ce public pourrait-il avoir et comment celles-ci sont-elles influencées par le message? Qu'est-ce qu'on passe sous silence et pourquoi?
- ➔ Comme recherche supplémentaire, demandez à chaque élève d'apporter son annonce publicitaire préférée tirée d'une revue populaire. En petits groupes, demandez à la classe d'analyser les éléments qui rendent cette annonce si attrayante et de faire part des résultats de leur analyse. Ils devraient maintenant avoir dressé une liste croissante de « ficelles du métier » dans le domaine de la publicité, ou « d'attraits ou de promesses liés au pouvoir de séduction », tels que : le succès, la popularité, le caractère romantique, l'autonomie, la santé, le bonheur, le divertissement, etc.
- ➔ Pour explorer davantage ce sujet, empruntez à la **bibliothèque de l'AFM** des vidéos ou des trousseaux d'information qui portent sur la publicité. Celles-ci comprennent notamment : *Deadly Persuasion*, *Ad-libbing It* et *Media Sharp : Analyzing Tobacco and Alcohol Messages*.

3^e partie - Création de l'annonce - Faites de la publicité!!

Introduction : Rappelez aux élèves que, bien que les annonceurs utilisent ces outils pour créer une attirance vers un produit dont l'on peut plus ou moins avoir besoin, la publicité peut être utilisée, et a déjà été utilisée, avec succès pour informer et éduquer le public au sujet de questions importantes d'ordre médical ou social, tels que l'alcool au volant, le tabagisme, la violence envers les enfants, etc. On donne la chance aux élèves de devenir des intervenants pour leurs écoles et leurs collectivités en créant leur propre publicité au sujet des dangers de la méthamphétamine pour la santé, leur collectivité et leur environnement.

➔ Divisez les élèves en « agences de publicité » et invitez chaque agence à discuter et à planifier des éléments suivants :

1. Thème de l'annonce - les effets physiques (comportements psychotiques, sentiments de paranoïa, dommages au cerveau, violence, etc.); les effets sur la vie personnelle (la perte des amis, de la famille, d'emploi, de l'avenir, etc.); les effets sur la collectivité (crimes violents, maladies, violence familiale, etc.); les répercussions sur les enfants (violence, négligence, exposition à des drogues dangereuses, etc.); l'impact sur l'environnement (déchets toxiques, gaz mortels, contamination des bâtiments, du sol, de l'eau et de l'air, etc.)

2. Public cible - Quel public ton annonce vise-t-elle? Quel groupe serait le plus intéressé au thème ou aux effets que tu as choisis?

3. Objet de l'annonce - Quels renseignements veux-tu communiquer? Quel comportement voudrais-tu modifier? Que voudrais-tu que le public fasse après avoir vu ton annonce?

4. Média - Imprimés - journal, affiche, panneau - crée la mise en page du texte et des images;

- Internet - crée une mise en page du texte et des images et incorpore-z-y de l'animation et des effets sonores.

- Radio - composer le texte d'une annonce de 30 secondes et y incorporer des effets sonores;

- Annonce télévisée - compose un scénario-maquette (texte accompagné de photos)

5. Crée une annonce qui est à la fois informative et divertissante et qui comporte un message clair et facile à retenir - communique ce message à ton école et à ta collectivité!