DES MOTS SANS IMAGES

Prélecture	Lecture	Réaction à la lecture

STRATÉGIE DE LECTURE

Inférer

Des mots sans images est une activité d'inférence qui amène les élèves à utiliser leurs connaissances antérieures en vue de faire des liens entre ce qu'elles et ils connaissent et un texte publicitaire, ainsi que les illustrations ou les photos liées à ce texte, et ce, pour en dégager le message implicite.

OBJECTIFS

L'activité **Des mots sans images** permet aux élèves :

- de faire des inférences pour trouver le message implicite des publicités;
- d'exercer leur jugement critique quant à la subjectivité d'une publicité et à l'intention des publicitaires.

PRÉPARATION

- Revoir, au besoin, les étapes des stratégies **Inférer** et **Activer les connaissances antérieures**.
- Revoir le référentiel **Pistes de questionnement** pour trouver des questions que l'on peut se poser lorsqu'on fait de l'inférence.

DÉROULEMENT

1. Inviter les élèves à trouver une publicité et à la découper pour ne présenter que le texte.
   N. B. Il est préférable de laisser aux élèves le choix de la publicité. Pour ce faire, mettre à leur disposition des revues, des magazines et des journaux portant sur divers sujets, en s'assurant d'avoir des textes de différents degrés de difficulté.
2. Grouper les élèves en équipes de quatre. Demander à chaque équipe d'échanger sur l'information implicite qu'il est possible de dégager de chaque texte choisi.
3. Inviter les élèves à montrer intégralement leur publicité et demander aux équipes d'ajouter ou de modifier leurs inférences initiales.
4. Demander aux équipes de nommer les connaissances antérieures nécessaires pour comprendre le message implicite de la publicité.
5. Les inviter à remplir le gabarit **L'analyse des publicités** pour expliquer leurs inférences.
6. Inviter les élèves à apporter en salle de classe d'autres publicités pour en faire l'examen.

© CFORP, 2015.

AUTRES STRATÉGIES À EXPLOITER

- **Prendre des notes**
- **Se poser des questions**
- **Activer ses connaissances antérieures**

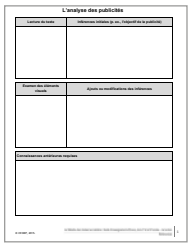
EXEMPLES DE PISTES DE DIFFÉRENCIATION

ALF : – Vérifier la maîtrise qu'ont les élèves du vocabulaire quant à la description des éléments visuels et des messages dans les publicités présentées.
– Offrir l' .

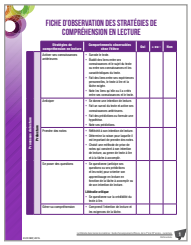
PANA : – Jumeler, au besoin, les élèves afin de favoriser l'activation des connaissances antérieures.
– Offrir l' .

EED : – Fournir à l'élève un gabarit dans lequel elle ou il complétera les énoncés (p. ex., « Dans le texte, on dit que… Cela me fait penser à… Je pense que le message de la publicité est donc… »).
– Travailler avec les élèves l'acquisition du vocabulaire et les techniques d'inférence (p. ex., présuppositions et sous-entendus).
– Offrir l' .

RÉFÉRENTIELS



L'analyse des publicités



Fiche d'observation des stratégies de compréhension en lecture

Pistes de questionnement

© CFORP, 2015.

LES CINQ FAMILLES DES SAVOIRS
SUGGESTIONS DE MISE EN PRATIQUE

© CFORP, 2015.