



Fiche pédagogique

Le cadre d'une communication

Age des élèves concernés :
7 – 8 ans (fin de Cycle 1)

Lien avec des objectifs du Plan d'études :

Français

L1 21

Lire de manière autonome des textes variés et développer son efficacité en lecture.

Education numérique

EN 11

S'initier à un regard sélectif et critique face aux médias...

Durée estimée :
3 – 4 périodes

Matériel nécessaire :
Accès internet

Mots clés :

Information, communication, réseaux sociaux, références, images.

Introduction

Qu'est-ce que communiquer ?

Communiquer revient à *transmettre* un message qui peut être informatif mais qui peut aussi être de l'ordre des émotions, des opinions, des principes. Si l'objectivité et la neutralité définissent l'information, c'est la subjectivité qui est au cœur de l'acte de communiquer.

Communiquer sert un ou des objectif(s) : obtenir quelque chose, faire adhérer à un projet, créer de nouveaux comportements, modifier sa propre image, etc. En communiquant, on attend une réaction des destinataires.

Les individus communiquent bien sûr, mais aussi des structures plus influentes – gouvernements, entreprises, influenceurs-euses, etc. Pour ce faire, ils/elles ont recours à des supports médiatiques : photographies, vidéos, textes, publiés dans des articles, diffusés à la télévision, sur les réseaux sociaux, et à des dispositifs qu'il s'agira ici de mettre à jour : références utilisées, cadrage et mise en scène de l'image, destinataires ciblés...

L'analyse de ces cadres permet *in fine* d'identifier ce qui précède tout acte de communication – sa motivation – et de garder son libre arbitre face à la réponse attendue.

Objectifs

- Découvrir les mécanismes de la langue et de la communication
- Découvrir et utiliser de façon autonome des ressources numériques adaptées
- Porter un regard critique et autonome, se positionner en fonction de connaissances

Pistes pédagogiques

SÉANCE INTRODUCTIVE - COMMUNIQUER, C'EST QUOI ?

- Demander aux élèves de citer des situations quotidiennes de communication : dans un commerce, au sein de la famille, à l'école...
- Utiliser l'**Annexe 1** pour définir ce qu'est la communication, en établir les critères distinctifs et la différencier de l'information.
- A partir des discussions précédentes, lister les types d'émetteurs possibles : gouvernements, citoyens, médias, mais aussi associations, entreprises, etc.

ACTIVITÉ 1

SPORT ET SPONSORS : LE JEU DU DÉCADRAGE

- Montrer l'**image a. de l'Annexe 2** : les élèves connaissent-ils la personne photographiée ? Il s'agit du joueur de football portugais Cristiano Ronaldo.
- Contextualiser : cette image provient d'une conférence de presse qu'il a donnée lors de l'Euro 2021 (11 juin - 11 juillet 2021).
- Développer la séquence grâce à l'**Annexe 2** pour saisir la façon dont un geste peut déconstruire un processus de communication bien rôdé.

ACTIVITÉ 2

UN SOMMET À GENÈVE : L'IMAGE DE DEUX PUISSANCES

- Evoquer la rencontre en juin 2021 à Genève entre le président des Etats-Unis, Joe Biden, et le président de la Fédération de Russie, Vladimir Poutine. Dire rapidement les [relations tendues jusque-là entre les deux pays.](#)
- Utiliser l'**Annexe 3** pour comparer les cadres de leurs arrivées respectives et ce qu'ils disent (peut-être) de la façon dont ils envisagent l'évènement.

ACTIVITÉ 3

THOMAS PESQUET DANS LE VISEUR

- Présenter cet astronaute français parti sur la Station spatiale internationale le 24.04.21. Il a effectué le voyage à bord du Crew Dragon développé pour le compte de l'agence spatiale américaine, la NASA, qui assure depuis 2020 la relève des équipages américains de la Station spatiale internationale.
- La Station spatiale internationale est en orbite autour de la Terre, occupée en permanence par des astronautes qui s'y relaient pour faire de la recherche. Ce programme a été lancé et piloté par la NASA.
- A l'aide de l'**Annexe 4**, comparer deux cadres de communication : une image officielle de la NASA et un *selfie* de Thomas Pesquet posté sur son compte Instagram.

Pour aller plus loin

Informez ou communiquez ? Une fiche proposée par le CLEMI.

<https://www.cleml.fr/fr/ressources/nos-ressources-pedagogiques/ressources-pedagogiques/informer-ou-communiquer.html>



Cécile Desbois-Müller, médiatrice culturelle, août 2021.

ANNEXE 1 : QU'EST-CE QUE COMMUNIQUER ? – FICHE POUR LES ENSEIGNANT·ES –

- Distribuer aux élèves les 3 images ci-après.
- Identifier l'émetteur de chaque message :
 - Image a. : compte Twitter de Thomas Pesquet, astronaute français parti rejoindre la station spatiale internationale en 2021.
 - Image b. : compte Twitter du quotidien genevois *La Tribune de Genève*.
 - Image c. : affiche de la Confédération suisse (affiche)
- Analyser les messages à l'aide de ces critères :
 - *Emetteur / destinataire* : qui produit le message ? qui le reçoit ?
 - *Sujet du message* : de quoi ça parle ?
 - *Forme langagière* : le vocabulaire est-il neutre ou subjectif ? S'adresse-t-on au lecteur ou pas (utilisation du « vous ») ? Quel type d'image ?
 - *Références du message* : quelles idées / modèles / archétypes connus de l'émetteur et du destinataire le message utilise-t-il ?

Et finalement...

- *Objectif du message* : donner une information et/ou susciter une réaction ?

Image a.

Emetteur : Thomas Pesquet (NASA) / **Destinataires** : fans, abonné·es à son compte.

Sujet : Thomas Pesquet propose un jeu aux abonnés de son compte Twitter.

Forme : interpellation (« vous », question...).

Références : *selfie* (concept des réseaux sociaux ; public jeune) ; technologie (la cabine) et aventure (vue sur la planète Terre) ; quotidien parfois ennuyeux.

Objectif : inviter les abonné·es à réagir, à participer ; créer / entretenir un lien.

Image b.

Emetteur : Tribune de Genève / **Destinataires** : lecteur·trices, abonné·es au compte.

Sujet : la chaleur estivale.

Forme : neutre, descriptif.

Références : plaisir de la baignade, le lac Léman (proximité).

Objectif : informer (mais aussi inviter à cliquer sur le lien pour en savoir plus).

- Mettre en évidence les grandes différences de nature de ces deux messages :
 - Le *tweet* de Thomas Pesquet attend une réaction des abonné·es / Son message est subjectif / C'est de la **communication**.
 - *La Tribune de Genève* transmet une **information** / Le message est objectif (descriptif) / C'est de l'information.
- Analyser un autre exemple de communication :

Image c.

Emetteur : Confédération suisse / **Destinataires** : celles et ceux qui voient l'affiche

Sujet : la vaccination

Forme : emploi de l'impératif (ordre ou recommandation ?), interpellation.

Références : covid-19 ; style publicitaire ou promotionnel (« à ne pas manquer »).

Objectif : inviter les citoyens suisses à aller se faire vacciner.

- A partir de ces réflexions, faire émerger une définition des cadres de la communication.
Il s'agit d'un message dont le cadre contient :

- Un **émetteur** qui s'adresse à un **destinataire** ;
- Une **forme** (langage ou image) qui sert un discours **subjectif** ;
- Des **références** : idées / valeurs connues par celui/celle qui les émet et celui/celle qui les reçoit.
- Et finalement un **objectif**.

**ANNEXE 1 : INFORMER OU COMMUNIQUER ?
– DOCUMENTS POUR LES ÉLÈVES –**

Image a. Un tweet de Thomas Pesquet



Image b. Un tweet du quotidien *La Tribune de Genève*




Image c. Une affiche de la Confédération suisse pour sa campagne de vaccination

Coronavirus
VOICI COMMENT NOUS PROTÉGER: ✓

**À NE PAS MANQUER:
FAITES-VOUS VACCINER.**

Chaque vaccination compte

ofsp-coronavirus.ch/vaccination

 Schweizerische Eidgenossenschaft
Confédération suisse
Confederazione Svizzera
Confederaziun svizra

Swiss Confederation

Bundesamt für Gesundheit BAG
Office fédéral de la santé publique OFSP
Ufficio federale della sanità pubblica UFSP
Uffizi federal da sanadad publica UFSP

Cette campagne d'information est soutenue par les organisations suivantes :



ANNEXE 2 : FOOT ET SPONSORS : LE JEU DU DÉCADRAGE – DOCUMENTS POUR LES ÉLÈVES –

Image a. Cristiano Ronaldo et Coca-Cola



Image b. L'entraîneur russe Stanislav Cherchesov et Coca-Cola



BeFoot

@_BeFoot | 596,055 followers



Un journaliste a demandé au sélectionneur Stanislav Tchertchessov 🇷🇺 ce qu'il pensait du fait que Cristiano Ronaldo avait retiré la bouteille de Coca Cola du champ de la caméra.

Voici comment ce-dernier a répondu 🤔



ANNEXE 2 : FOOT ET SPONSORS : LE JEU DU DÉCADRAGE – FICHE POUR LES ENSEIGNANT·ES –

1. Un mur de sponsors

Analyser l'**image a.** :

- Arrière-plan :
 - o Faire remarquer la présence d'images, les définir comme des logos de marques.
 - o Les élèves en reconnaissent-ils certains ? [FedEx](#), [Volkswagen](#), [TikTok](#), etc.
 - o Pourquoi ces logos apparaissent-ils ici ? [Il s'agit des sponsors officiels du tournoi : ces entreprises participent financièrement à la tenue de l'événement. En échange, elles bénéficient d'une exposition sur différents supports.](#)
 - o Où apparaissent les logos en sport ? [Tenue des joueurs, stades de foot, etc.](#)
- Premier plan et deuxième plan :
 - o Que font les bouteilles de Coca-Cola sur le pupitre ?
[Expliquer que cette marque est aussi un des sponsors de l'événement.](#)
[Discuter : depuis quelques temps, la marque investit des millions de dollars dans le sport. Y a-t-il une contradiction entre un soda et le sport ? Que recherche la marque par ce biais ? Soigner ou modifier son image.](#)
- Conclure sur le cadre de cette communication :

- **Emetteurs** : [les marques](#) / **Destinataires** : [télé spectateur·trices amateur·trices de sport.](#)
- **Forme** : [affichage visuel fort et télé génique](#)
- **Références** : [valeurs positives du sport](#)
- **Objectif** : [être visibles, profiter de la popularité des sportifs, améliorer leur image.](#)

2. Un geste étonnant

- Regarder [la vidéo](#) qui permet de comprendre ce que fait Ronaldo avec les bouteilles.
- Questionner ce geste : de quoi Ronaldo écarte-t-il les bouteilles ?
 - o [Du champ de la caméra. Cela signifie qu'il connaît très précisément le cadre envisagé, il a l'habitude de ce procédé.](#)
 - o [Il éloigne les bouteilles de son image qu'il ne veut pas associer à la marque.](#)
- Ecouter ce qu'il dit : « De l'eau, pas Coca-Cola ». Qu'en penser ?
[On pourra expliquer aux élèves que Cristiano Ronaldo est soucieux d'éviter pour lui et sa famille les sodas et boissons sucrées.](#)

3. Synthétiser le cadre de communication choisi par Ronaldo

- **Emetteur** : [C. Ronaldo](#) / **Destinataires** : [télé spectateur·trices, marques, journalistes.](#)
- **Forme** : [forte expressivité du corps \(sourcils froncés, geste déterminé\) ; adresse aux spectateur·trices \(subjectivité assumée\).](#)
- **Références** : [valeurs du sport opposées à celle de la marque d'un soda.](#)
- **Objectifs** : [inciter les télé spectateur·trices à faire comme lui \(donc modifier leurs habitudes éventuellement\) ; faire réfléchir la marque \(la menacer ?\) ; etc.](#)
[Il déjoue les mécanismes de communication en devenant l'émetteur.](#)

- Qu'est-ce que Ronaldo peut espérer de son geste ? [Expliquer que cette vidéo a fait le tour des réseaux sociaux et que, quelques jours plus tard, Pogba a écarté des bouteilles de bière ; le sélectionneur russe lui, a bu une bouteille à l'antenne \(image b.\).](#) Qu'en pensent les élèves ?

**ANNEXE 3 : DEUX GRANDES PUISSANCES A GENÈVE
– FICHE POUR LES ENSEIGNANT-ES –**

1. Visionner les deux vidéos de l'arrivée des dirigeants américains et russes en coupant la bande-son :
 - [Arrivée de Joe Biden le 15.06.21 sur la RTS](#)
 - [Arrivée de Poutine le 16.06.21 sur la RTS](#)
2. Faire émerger les différences et similitudes en attirant l'attention des élèves sur :
 - Le type d'avion utilisé ;
 - L'accueil réservé à chacun des présidents / les premiers contacts établis.
 - La place à l'image de berlines ou voitures blindées.

	Joe Biden	Vladimir Poutine
Avion	Boeing « Air Force One » qui transporte les présidents américains.	Avion présidentiel russe.
Comité d'accueil	Guy Parmelin et au-moins une vingtaine de personnes. Joe Biden parle avec plusieurs d'entre eux.	Pas de comité d'accueil ; Poutine s'engouffre rapidement dans sa voiture.
Voitures	De nombreuses voitures blindées, noires, vitres teintées, que l'on voit arriver.	Voitures blindées en place sur le tarmac à l'arrivée de Poutine.

3. Que penser de ces images ? Laisser émerger les ressentis :
 - Joe Biden semble aimable, cordial ; il prend son temps pour descendre de l'avion, saluer le comité d'accueil et discuter ;
 - Vladimir Poutine arrive seul, après Biden ; il semble pressé de quitter l'aéroport.
4. Revoir les vidéos en écoutant cette fois les commentaires.
 - Lister et opposer les termes utilisés pour Biden et Poutine.
« cordial », « président américain renforcé », « vent dans le dos » pour le premier.
« qualifié de tueur », « solitude politique », « style énergique » pour le second.
 - Que penser du commentaire du journaliste selon qui il n'y a « pas de mise en scène » dans l'arrivée de Poutine ? Amener un élément : ces deux arrivées ont été orchestrées par les présidents eux-mêmes ; ce sont eux qui ont décidé de ce qui serait donné à filmer aux journalistes et à regarder aux téléspectateur·trices.
5. Conclure sur le cadre de cette communication

- Emetteurs : Etats-Unis, Russie / Destinataires : les journalistes, le monde entier ?
- Forme : de l'ordre du comportement ou du jeu d'acteur.
- Références : puissance des pays (les avions) ; esprit d'ouverture et de dialogue chez Biden / efficacité, détermination, caractère pressé et expéditif de Poutine.
- Objectifs : démonstration / quête de reconnaissance de leur rôle sur le plan international ; faire sentir l'importance relative qu'ils accordent à cette rencontre ; affirmer le type de pouvoir qu'ils incarnent ?

ANNEXE 4 : THOMAS PESQUET DANS LE VISEUR – FICHE POUR LES ENSEIGNANT·ES –

1. Thomas Pesquet et d'autres astronautes, vus par la NASA

- Observer l'**image a.** ; lire sa légende pour identifier chaque personne.
- Qui a pris la photo ? [Regarder attentivement le copyright qui indique NASA.](#)
- Décoder l'image plan par plan :
 - Premier plan*
 - o Comment les astronautes sont-ils habillés ? Comment qualifier leur attitude ? [Elle et ils sont vêtus d'une combinaison spatiale ; elle et ils sourient, ont l'air décontractés, prêts à partir.](#)
 - o Quelle impression cela donne-t-il ? [Laisser émerger les ressentis : aventure et excitation, fierté, héroïsme, etc.](#)
 - Deuxième plan*
 - o Quel objet apparaît ? [C'est difficile à dire mais, en lisant la légende, on pourrait penser qu'il s'agit d'un élément de la capsule Crew Dragon.](#)
 - o Quel rôle joue cet objet dans la photo ? [Il symbolise un haut niveau technologique, des progrès et défis scientifiques réussis par la NASA.](#)
 - Arrière-plan*
 - o Identifier le drapeau américain.
 - o Discuter de son rôle sur la photo : [la NASA est un programme de recherche mené par les Etats-Unis ; la présence du drapeau le rappelle. Il évoque aussi les rivalités avec d'autres puissances lancées à la conquête de l'espace.](#)
- Conclure en revenant aux cadres choisis :

- o **Emetteurs** : [NASA / Destinataires](#) : journalistes, public de passionnés
- o **Forme** : [une photographie frontale avec un lien par le regard.](#)
- o **Références** : [progrès ; patriotisme ; conquête de l'espace ; etc.](#)
- o **Objectifs** : [transmettre une image positive de la NASA, valoriser la place des Etats-Unis dans la conquête de l'espace.](#)

- Comparer cette photo avec celle publiée par *Le petit Quotidien* (**image b.**)
 - o Qui en est l'émetteur ? [La NASA toujours.](#) Et les destinataires ? [Lecteurs et lectrices du journal.](#)
 - o Pourquoi le journal a-t-il choisi celle-ci ? [L'astronaute français Thomas Pesquet y figure seul ; à travers lui, c'est son pays – la France – qui est mis à l'honneur, et non plus la NASA ou les Etats-Unis.](#)

2. Thomas Pesquet, vu par lui-même

- Identifier la source de l'**image c.** : [la photo est prise par Thomas Pesquet et postée sur son compte Twitter.](#)

- Analyser les 3 plans de l'image :
 - Premier plan : l'astronaute ne porte pas de combinaison spéciale, il est simplement vêtu d'un t-shirt et tient à bout de bras l'appareil qui lui sert à prendre la photo. Il ne sourit pas particulièrement.
 - Deuxième plan : la cabine spatiale.
 - Arrière-plan : vue sur la Terre
- Comparer le cadre de cette image personnelle avec les précédentes :

- **Emetteurs** : Thomas Pesquet et, via son image, la NASA / **Destinataires** : abonné-es et fans.
- **Références** : aventure (le décor) mais aussi vie de tous les jours (habits)
- **Forme** : ton personnel et subjectif qui laisse paraître une émotion ; adresse faite aux abonné-es.
- **Objectifs** : créer un lien avec les abonné-es, leur permettre de s'identifier à l'astronaute / Continuer de promouvoir la NASA via les réseaux sociaux .

- Conclure sur ces deux dispositifs de communication très différents qui servent les mêmes objectifs : mettre en valeur la NASA, assurer la visibilité de son travail.

ANNEXE 4 : THOMAS PESQUET DANS LE VISEUR – DOCUMENTS POUR LES ÉLÈVES –

Image a. : L'équipe des astronautes



De gauche à droite : Thomas Pesquet, Megan McArthur, Shane Kimbrough et Aki Hoshidé
© NASA

Un commandant, une pilote et deux « spécialistes de mission ». Voici pour l'équipage de la mission Crew-2 à laquelle participe Thomas Pesquet. A bord de la capsule Crew Dragon qui doit partir le jeudi 22 avril, les quatre astronautes ne vivront pas leur premier voyage vers l'espace. Bien au contraire.

Source : <https://www.cieletespace.fr/actualites/thomas-pesquet-s-envolera-au-sein-d-un-equipage-de-4-astronautes-experimentes>

Image b. : Thomas Pesquet à la Une du journal *Le petit quotidien* (samedi 20 mars 2021)



Image c. Thomas Pesquet par lui-même

Thomas Pesquet  @Thom_astro · Jul 26

Déjà 94 jours à bord de la Station spatiale internationale. Malgré tout ce qui rend cette aventure complètement magique, la routine a fatalement tendance à s'installer (on est humains)... Qu'est-ce que VOUS feriez si vous étiez à bord d'une Station spatiale ? Envoyez vos idées !



 2.3K

 1.4K

 13.7K



Source image Twitter : https://twitter.com/thom_astro