

DÉFINIR MON PROJET D'EXPOSITION



Séance n°2
120 min

Contexte de la séance

Cette séance permet de fixer collectivement les grandes lignes du projet d'exposition

Objectifs de la séance

> Définir les grands axes de l'exposition (supports, message, groupes de travail...)

Acquis d'apprentissage

Au terme de la séance, l'élève sera capable :

- d'initier la problématique de l'exposition
- d'adapter le format de l'exposition en fonction de la cible et des contraintes
- de se représenter les éléments qu'il-elle souhaite intégrer dans l'exposition
- de définir avec ses mots ce qu'est une cible, un lectorat, etc
- de se connecter sur son compte agence/sur le cloud du projet

Matériel nécessaire

- Postes informatiques connectés à internet
- support de présentation de [la séance 2](#)
- la fiche [EXPO : Fiche support n°1](#) (en annexe)

Déroulement

1. LES FONDEMENTS D'UNE EXPOSITION

(SLIDES 2 - 5)

Introduction sur le projet de réaliser une exposition autour de la thématique de la consommation d'écrans.

1) Qu'est ce qu'une exposition ?

a) Clarifier ce qu'est une exposition

→ Il existe de nombreux formats, tous plus pertinents les uns que les autres

Animation :

Pour que les élèves se fassent une idée plus précise du travail qu'ils devront produire et du résultat attendu, l'enseignant.e projette différents exemples d'exposition. Pour chaque exemple, les élèves sont invités à lister dans l'ordre les différents éléments de l'exposition : titre, présentation générale, pièces exposées...le sujet de l'exposition (titre qu'on lui donnerait), la nature des pièces exposées, le but de l'exposition (?)

Une fois les différents contenus listés, demander aux élèves ce qu'ils pensent de l'exposition :

A-t-elle l'air intéressante ? Ont-ils envie de la regarder / lire ? Qu'est ce qui leur plaît / déplaît ? Garder en notes ce qui plaît/déplaît pour s'y reporter lors de notre exposition.

L'objectif est bien sûr de commencer à leur donner les moyens de choisir les différents éléments qu'ils pourront intégrer à leur propre exposition..

b) Clarifier les fonctions d'une exposition

→ à quoi une exposition peut-elle servir ? Les réponses ne manquent pas : comprendre le monde ; informer le citoyen et lui permettre de se faire une opinion ; rechercher et dire les choses tues ; apporter un éclairage sur une question ; alerter la société sur les dangers, distraire, amuser...

Le but d'une exposition peut être liée à la cible choisie (ex: prévenir des enfants du cyberharcèlement ; informer des personnes âgées sur le problème du cyberharcèlement)

2. SE PROJETER DANS UN FORMAT ET UNE PRODUCTION

(SLIDES 6 - 11)

Toutes les questions proposées n'auront peut être pas de réponse dans l'immédiat

Introduction : Une exposition s'adresse toujours et avant tout à une cible prioritaire : le public visé.

Pour produire des contenus susceptibles de leur plaire, il faut connaître le plus précisément possible la cible :

Son âge ? Sa situation familiale ? Son sexe ? Comment et quand s'informe t-elle ? Ses habitudes, goûts...

a) Identifier les cibles possibles

Pour qui pourrions nous faire notre exposition ?

Si aucune réponse ne vient des enfants, on peut faire des suggestions : des élèves (de maternelle ? de collège, d'une autre école ?), des professeurs, des parents d'élèves, des personnes de la maison de retraite voisine, des habitants du quartier...Établir une liste en colonne des cibles possibles, sans faire de choix.

→ Quels sont les comportements des cibles possibles ?

On établit un "profil sociologique" de chaque public cible : âge, sexe, profession, catégorie socioprofessionnelle, secteur géographique. On les écrit en face de chacune des cibles précitées.

On cherche à connaître ses besoins et ses habitudes (comportements, valeurs, aspirations, type de consommation, médias privilégiés) ?

b) Objectifs de communication

Dans quels buts peut-on vouloir faire cette exposition ? Tous les possibles sont notés. Si aucune réponse ne vient des enfants, on peut faire des suggestions :

→ S'agit-il de faire connaître notre école ? d'informer le citoyen ? de faire passer un message ? d'alerter la société sur les dangers, de rechercher et dire les choses tues ? d'apporter un éclairage sur une question ? de distraire, d'amuser...

c) Choisir

Chaque élève est invité à formuler par écrit d'abord, la cible qu'il aimerait viser avec le but de cette exposition. Un temps d'échange débat peut avoir lieu pour que la classe choisisse la cible retenue et le but de l'exposition. La classe remplit alors la fiche [EXPO : Fiche support n°1](#)

→ Que souhaite-t-on que la cible fasse, pense, ressente, suite à la visite de l'exposition ?

Formuler le message

Quel est le message à transmettre ? Quel est le ton de cette exposition ? Y aura-t-il des logos, des slogans, des images, du texte, des films ?

Quelles sont nos possibilités ? Les questions à se poser :

- Où allons nous exposer (dans une salle, plusieurs salles) ? De quel espace disposons nous ?
- Pendant combien de temps les affiches seront-elles visibles ?
- Quel est le budget prévu pour notre exposition ?
- En fonction de notre budget, combien d'affiches peut-on imprimer, et de quel format (A3, A2, A1, autre) ?
- Comment ces affiches seront-elles fixées ? Faut-il prévoir des marges pour la fixation ? etc

2/ RÉPARTITION EN AGENCES (ET DÉCOUVERTE DE GOOGLE DRIVE - Si l'organisation avec Google a été choisie)

(SLIDES 12-17)

a) Répartition en agences

Les élèves sont répartis en Agences. Il y a 7 agences possibles. (Privilégier les plus petits groupes possibles). Ces agences sont des organisations créatives qui rassemblent des professionnels de la production, communication, etc.. Ils réalisent des contenus audiovisuels (interviews, photographies, infographies...).

Nous imaginons ici que les élèves appartiennent à ces agences. Ils travaillent ainsi à plusieurs, en équipe, en faisant attention à ce que les équipes répartissent bien les forces :

- celles-ceux qui aiment écrire, rédiger, ou on envie de s'améliorer dans ces domaines
- celles-ceux qui sont à l'aise pour parler (pour être filmés et/ou enregistrés), ou on envie de s'améliorer dans ces domaines
- celles-ceux qui s'intéressent à l'image (photographie), ou on envie de s'améliorer dans ces domaines

Les agences travailleront ainsi sur les différents sujets/rubriques et/ou différentes parties à produire de l'exposition.

Chaque agence dispose :

> d'un nom

> d'un logo

> d'un email associé à un accès aux dossiers dans le Google Drive (ex : lepubograph@gmail.org) ou le cloud choisi (avec une adresse hors gmail).

→ Les élèves se verront remettre des cartes de visite (sous forme de badges) en fonction de l'agence à laquelle ils-elles appartiennent.

Le nom et prénom des élèves sont inscrits dans un tableau récapitulatif pour finaliser la répartition par groupe (cf [ce modèle](#)).

b) Qu'est ce que Google? Qu'est ce que le Drive? Que permet-il de faire?

Nous vous proposons de tester la connexion au drive avec vos élèves pour qu'ils s'habituent à accéder aux informations qu'il contient.

Connectez vous à partir d'une interface Google, les élèves doivent saisir leur identifiant d'agence (adresse mail) et de mot de passe. Ils choisissent ensuite, via le damier, le drive. (SLIDE 16)

NB : Bien penser à remplir la fiche de répartition des élèves par groupes/agences pour en cas d'oubli ! ([modèle ici](#))

Piste d'évaluation

> Suggestions d'indicateur: les élèves peuvent expliquer pour qui ils font l'exposition, l'observation de l'aisance (ou non) des élèves sur le drive/cloud, afin de pouvoir comparer à la fin de l'itinéraire.



À retenir : Une exposition est un projet collectif !



NOTRE EXPOSITION



Notre public cible (les personnes que nous visons avec notre exposition) :

.....

Pour notre cible, donner des précisions sur

- son âge (environ) ?
- sa situation familiale (célibataire, marié) ?
- son sexe/genre (masculin, féminin) ?
- comment et quand s'informe t-elle (avec la télé, avec la radio, avec les journaux, sur internet, autre....)?
- ses habitudes, goûts (musique ? cinéma ? peinture ? livre ? sport ?)

.....

Dans quel(s) but(s) voulons nous faire cette exposition ?

→ S'agit-il d'apprendre quelque chose à notre cible ? Si oui quoi ?

.....

→ S'agit-il d'alerter sur des dangers ? Lesquels ?

.....

→ S'agit-il de faire réfléchir ? Sur quoi ?

.....

→ Autre ?

.....

→ Quel message voulons nous faire passer ?

.....

→ Que souhaite-t-on que les visiteurs fassent, pensent, ressentent, suite à la visite de l'exposition ?

Nous aimerions que les visiteurs.....

Ce serait bien si suite à notre exposition les visiteurs

.....

Notre lieu d'expo, ses spécificités ? Quelle surface disponible ?

.....

.....

.....

Fiche annexe : répartition des élèves par agences

(le document rempli peut être stocké dans le cloud dédié à l'itinéraire)

<p>> Le Pubograph adresse email : lepubograph@exemple.com mdp : exemplemotdepasse22</p>  <p>Le Pubograph</p>	<table border="1"> <tr><td> </td></tr> <tr><td> </td></tr> <tr><td> </td></tr> <tr><td> </td></tr> <tr><td> </td></tr> </table>					
<p>> BubbleGum adresse email : bubblegum@exemple.com mdp : exemplemotdepasse333</p>  <p>Bubble Gum</p>	<table border="1"> <tr><td> </td></tr> <tr><td> </td></tr> <tr><td> </td></tr> <tr><td> </td></tr> <tr><td> </td></tr> </table>					
<p>> La boîte à images adresse email : laboiteaimages@exemple.com mdp :</p>  <p>La Boîte à Images</p>	<table border="1"> <tr><td> </td></tr> <tr><td> </td></tr> <tr><td> </td></tr> <tr><td> </td></tr> <tr><td> </td></tr> </table>					
<p>> Studio 1 2 3 adresse email : studio123@exemple.com mdp :</p>  <p>Studio 1 2 3</p>	<table border="1"> <tr><td> </td></tr> <tr><td> </td></tr> <tr><td> </td></tr> <tr><td> </td></tr> <tr><td> </td></tr> </table>					
<p>> Primapub adresse email : primapub@exemple.com mdp :</p>  <p>PrimaPub</p>	<table border="1"> <tr><td> </td></tr> <tr><td> </td></tr> <tr><td> </td></tr> <tr><td> </td></tr> <tr><td> </td></tr> </table>					