

13^{ème} Semaine des médias à l'école - Fiche pédagogique

Du respect, svp !

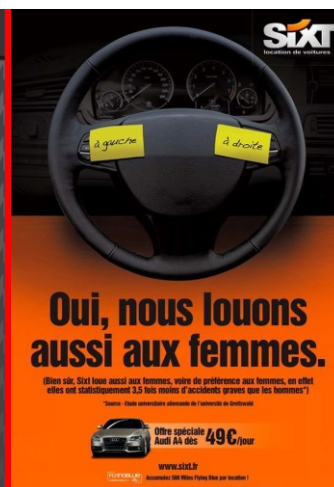


Illustration du titre et page 3 :

<http://lareclame.fr/sixt+sarkozy+bruni+location+voitures>

Public concerné : 8 - 12 ans

Disciplines et objectifs du PER concernés :

L1 22 — Écrire des textes variés à l'aide de diverses références...

Le texte qui argumente

Recherche d'arguments «pour», «contre»

Distinction entre une opinion et un constat

Construction et écriture de son opinion

Construction et écriture d'arguments (pour ou contre)

FG 25 — Reconnaître l'altérité et développer le respect mutuel dans la communauté scolaire...

Discussion et débat (notamment par une mise en évidence des enjeux de la situation traitée) dans les limites imposées par le cadre scolaire

CT Démarche réflexive :

Élaboration d'une opinion personnelle

Résumé

Dans notre société occidentale, la femme avait une place en retrait et cantonnée aux tâches ménagères dans le monde publicitaire des années 50-60. Des affiches de cette époque pourraient être travaillées en classe. Cependant, elles ne correspondent plus à la réalité du moment. Non pas que la femme soit désormais traitée sur un pied d'égalité avec l'homme, bien au contraire. Elle est plutôt passée d'assistance ménagère à femme objet. Elle est parfois mise en scène en petite tenue, sous des vues suggestives et dans des positions qui renvoient à des actes sexuels.

On chercherait en vain une amélioration de l'image de la femme auprès de certaines marques, y compris celles vendant des produits anodins comme de l'eau ou des burgers.

Les jeunes sont un public réactif. Ils ne tolèrent pas les injustices. A priori, ils représentent un lobby important. Car même une coûteuse campagne de publicité peut leur déplaire : en quelques secondes un nom, un produit et une réputation peuvent être ternis.

Les jeunes sont le public auquel il faut plaire (ou surtout ne pas déplaire). Toute publicité qui les dépeint sous des aspects négatifs se

doit de manier clairement l'humour pour prévenir les réactions de rejet.

L'enjeu de société que cherche à mettre en évidence la Semaine des médias à l'école 2016 est le respect mutuel. Hasard du calendrier, une publicitaire new yorkaise vient de lancer une campagne pour démontrer à ses confrères qu'une femme n'est pas un objet sexuel. Une femme, c'est aussi, une sœur, une fille, une épouse, une mère...
<http://www.leparisien.fr/laparisienne/societe/video-une-campagne-choc-contre-les-femmes-objets-dans-la-pub-29-01-2016-5497019.php>

Le public visé par notre fiche pédagogique est trop jeune pour aborder cet aspect discriminatoire largement présent dans les médias. Dès lors, un autre aspect concernant les femmes a été choisi. Il nous paraît plus adapté aux enfants de 5 à 8H. Les activités proposées dans ces pages s'intéresseront donc aux stéréotypes liés à la maladresse au volant, traités dans une campagne de l'agence de location de voitures, Sixt. Les élèves seront invités à réagir par écrit.

Les apparences sont une chose, les paroles une autre et les conceptions de chacun ne tombent pas facilement le masque. Et si, dans la pub du XXI^e siècle, public et publicitaires prenaient chacun leurs responsabilités pour faire progresser le respect ?

Attentes fondamentales :

Au cours, mais au plus tard à la fin du cycle, l'élève écrit un texte à visée argumentative incluant l'exposition du sujet ou de la controverse, une opinion et au moins trois arguments (L1 22).

Temps nécessaire :

1 période pour le travail sur les affiches.

Jusqu'à 15 à 20 périodes (au maximum) pour la rédaction de la lettre au courrier des lecteurs selon la séquence didactique *S'exprimer en français* (MER, cycle 2 ou en adaptant celle du cycle 3 <http://www.plandetudes.ch/group/mer/la-lettre-au-courrier-des-lecteurs>)

Matériel nécessaire :

Photocopies des annexes ou des fiches d'élèves proposées dans le MER *S'exprimer en français*.

Lexique :

Constat : Examen objectif des résultats d'une action, d'une période, d'une situation ; bilan : constat d'échec.

<http://www.larousse.fr/dictionnaires/francais/constat/18461>

Opinion : Jugement, avis, sentiment qu'un individu ou un groupe émet sur un sujet, des faits, ce qu'il en pense. Exprimer son opinion au cours du débat. L'opinion des critiques.

<http://www.larousse.fr/dictionnaires/francais/opinion/56197?q=opinion#55847>

Mots-clés :

Sexisme, argumentation, opinion, constat, respect, discrimination, humour.

Objectifs

- Faire la différence entre un constat et une opinion
- Rédiger un texte argumentatif
- Exprimer son opinion

Démarche pédagogique

1. Étude d'affiches

L'enseignant-e projette à l'écran ou affiche une série de publicités du groupe de location de voitures *Sixt* au tableau (Annexe 1).

Il/elle demande aux élèves de choisir l'une des quatre affiches et d'exprimer leur sentiment par un mot-clé.

Après un tour de classe, l'enseignant-e demande aux élèves de travailler par groupes de trois. Ils partagent leurs opinions concernant l'une des quatre affiches en exprimant et classant les éléments qu'ils jugent positifs et les éléments qu'ils pensent maladroits ou déplacés.

Au terme de l'activité, chaque groupe présente ses recherches et l'enseignant-e fait la synthèse au tableau. Il/elle demande ensuite aux élèves s'ils connaissent la différence entre un constat et une opinion et les informera.

L'enseignant-e demande aux élèves de définir les éléments inscrits au tableau qui sont des constats et ceux qui sont des opinions.

2. Écriture

En tenant compte des différences entre constat et opinion, entre arguments pour ou contre, concernant la thématique, les élèves expriment par écrit leur opinion en utilisant leurs arguments et leurs constats. Ils adressent leur missive à la société *Sixt*.

À ce stade et suivant le temps à disposition, l'enseignant-e choisit entre deux options : soit une activité d'écriture courte, destinée à produire un texte basé sur les éléments cités plus haut. Soit suivre une séquence didactique complète, permettant d'atteindre

les objectifs du PER concernant les regroupements de genre et le texte argumentatif en particulier. À cette fin, il/elle suivra la séquence didactique consacrée à ce chapitre dans le MER, *S'exprimer en français*.

Au terme de l'activité l'enseignant partage avec les élèves la réponse de *Sixt* donnée à la presse, suite aux diverses remarques reçues en lien avec cette campagne :

http://archives-lepost.huffingtonpost.fr/article/2009/05/06/1524563_la-pub-sixt-est-elle-sexiste-nous-sommes-elles-trop-loin.html.

3. Séquence didactique du MER

Le moyen d'enseignement romand obligatoire (MER) *S'exprimer en français* propose une séquence didactique concernant les textes qui argumentent.

Lier la Semaine des médias à l'atteinte des objectifs en L1 22 est une association intéressante. Elle permet en outre d'utiliser l'outil informatique pour mettre en forme le projet fini.

Les séquences didactiques de français se déclinent en 4 structures :

La première est la phase de mise en situation qui vise à définir le projet et se représenter la situation de communication. Grâce à des échanges oraux et des lectures d'exemples, les élèves pourront définir l'objet du débat.

La seconde étape est la production initiale. Les élèves écriront un premier texte à partir des arguments évoqués lors de l'étude des affiches.

La troisième revient à l'enseignant qui définira selon les difficultés

réactionnelles de ses élèves deux ou trois modules spécifiques. Il les animera ensuite au moyen des séquences et annexes proposées par le MER.

La quatrième et dernière étape est celle de la production finale. Les élèves utiliseront les outils élaborés

dans les divers modules pour réécrire leur production initiale.

Conclusion

À partir d'une activité quotidienne (voir des images publicitaires), l'élève est amené à devenir acteur et réagir à ce qu'il voit de manière critique.

Pour aller plus loin

Femmes entre sexisme et girl power

<http://www.marketing-etudiant.fr/blog/femmes-et-publicite-entre-sexisme-et-girl-power.php>

Sixt joue avec les clichés

<http://rue89.nouvelobs.com/blog/mon-oeil/2009/05/05/le-loueur-sixt-invente-la-fausse-vraie-fausse-pub-sexiste-101906>

Christophe Girardin, enseignant, janvier 2016



SIXT
location de voitures

Oui, nous louons aussi aux femmes.

(Bien sûr, Sixt loue aussi aux femmes, voire de préférence aux femmes, en effet elles ont statistiquement 3,5 fois moins d'accidents graves que les hommes*)

*Source - Etude universitaire allemande de l'université de Greifswald

 Offre spéciale Audi A4 dès **49€/jour**

www.sixt.fr

FLYING BLUE
Accumulez 500 Miles Flying Blue par location !

Sixt, numéro 1 de la location de voitures en Allemagne, avec plus de 3500 agences dans le monde.

Annexe 1 – 4 versions de l'affiche de la même campagne du loueur de voitures Sixt



Louez une AUDI A4 dès 49€/JOUR

OUI,
NOUS LOUONS AUSSI AUX FEMMES*

SIXT
location de voitures

LOUEZ MAINTENANT

*BIEN SUR, SIXT LOUE AUSSI AUX FEMMES, VOIRE DE PREFERENCE AUX FEMMES, EN EFFET ELLES ONT STATISTIQUEMENT 3,5 FOIS MOINS D'ACCIDENTS GRAVES QUE LES HOMMES.
SOURCE - ETUDE UNIVERSITAIRE ALLEMANDE DE L'UNIVERSITE DE GREIFSWALD



OUI.
NOUS LOUONS AUSSI AUX FEMMES***



OUI.
NOUS LOUONS AUSSI AUX FEMMES***



OUI,
NOUS LOUONS AUSSI AUX FEMMES

Louez une PEUGEOT 207 dès 59€/JOUR

SIXT
location de voitures



Louez une
AUDI A4
à partir de **49€/JOUR**

OUI,
**NOUS LOUONS
AUSSI AUX
FEMMES***



SIXT
location de voitures

LOUEZ MAINTENANT

*BIEN SUR, SIXT LOUE AUSSI AUX FEMMES, VOIRE DE PREFERENCE AUX FEMMES,
EN EFFET ELLES ONT STATISTIQUEMENT 3,5 FOIS MOINS D'ACCIDENTS GRAVES QUE LES HOMMES.

SOURCE - ETUDE UNIVERSITAIRE ALLEMANDE DE L'UNIVERSITE DE GREIFSWALD







OUI,
NOUS
LOUONS
AUSSI AUX
FEMMES

Louez une
PEUGEOT 207cc
à partir de **59 €/JOUR**



SIXT
location de voitures