

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

Du respect, svp !

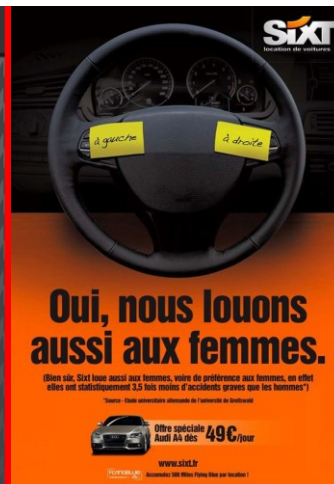


Illustration du titre et page 3 :

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

Public concerné : 13-18 ans

Disciplines et objectifs du PER concernés :

L1 32 — Écrire des textes de genres différents adaptés aux situations d'énonciation...

Le texte qui argumente

Genres conseillés : lettre de lecteur, pétition, note critique...

Recherche d'arguments «pour», «contre», formulation

Distinction entre une opinion et un constat

Construction et écriture de son opinion

FG 38 — Expliciter ses réactions et ses comportements en fonction des groupes d'appartenance et des situations vécues ...

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'assistante 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>

La proposition contenue dans cette fiche pédagogique est la suivante : les élèves/apprentis/étudiants sont invités à identifier une campagne qu'ils jugent discriminatoire (pour les femmes, pour les jeunes, pour une minorité donnée). Ils sont invités à faire part de leur désapprobation en écrivant à l'agence qui a créé la campagne, à son commanditaire ou au média qui a publié les visuels. Pour donner un exemple, nous prenons dans ces pages les stéréotypes liés à la maladresse au volant, traités dans une campagne de l'agence de location de voitures, Sixt.

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 rédige des textes qui assurent une cohérence des idées, qui intègrent les procédés de cohésion... (L1 32).

Temps nécessaire :

1 période pour le travail sur les affiches ou la recherche d'une campagne de publicité discutable

5-8 périodes (au maximum) pour la rédaction de la lettre au courrier des lecteurs selon la séquence didactique *S'exprimer en français* (MER, 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
- Identifier le destinataire à interpeller et lui adresser le texte argumentatif

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 de bien faire la différence entre un constat objectif (observation de faits, de termes utilisés) et une opinion (interprétation des faits et des termes utilisés).

2. Écriture

Les élèves/apprentis/étudiants fourbissent leurs arguments et rédigent une missive (fictive) qui pourrait être adressée à la société *Sixt*.

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-alles-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 32 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 écrivent 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 rédactionnelles 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.

4. Identification d'une campagne problématique

Les élèves/apprentis/étudiants sont invités à être attentifs à des affiches (dans les gares, dans la rue), à des encarts publicitaires (journaux, bannières de sites web), à des spots (TV), à des visuels ou à des slogans qui les heurtent, pour une raison quelconque.

La classe vote pour la campagne qui paraît la plus discutable, celle qui manque de respect de manière la plus manifeste.

Un travail de recherche est effectué pour identifier le commanditaire de cette publicité (l'entreprise, la marque), l'agence qui l'a créée. Une fois ces destinataires identifiés, la classe adresse un ou des textes qui marquent une désapprobation. Il est possible de demander une justification aux visuels ou aux termes qui ont choqué. Il est possible de marquer de l'ironie ou de demander que le tir soit rectifié lors d'une étape ultérieure de la campagne (manière de positiver la démarche).

Conclusion

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

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>

Adaptation de la fiche de **Christophe Girardin**, enseignant, par **Christian Georges**, collaborateur scientifique CIIP, mars 2016





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



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
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

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



SIXT
location de voitures