

LES REPRESENTATIONS FEMININES ET MASCULINES DANS LES MEDIAS

**Comment appréhender en classe et à travers les médias, le thème :
féminin / masculin pour les enseignants ?**

Toutes les activités proposées ont un même fil conducteur : les représentations des rôles féminins et masculins dans les médias. Identifier et débattre des rôles de chacun dans le journal et les médias. Les élèves (4^{ème}, 3^{ème} Seconde) ont apporté leurs contributions en formulant des approches et des questionnements qui les intéressent et qui éveillent leur esprit critique. Toutes ces activités pédagogiques s'appuient sur les apprentissages de lecture du journal écrit et sur leur consommation de médias.

2 types d'activités sont présentées :

1.Ouvrons l'œil !

S'approprier le journal, se familiariser avec sa composition, échanger des stratégies de lectures, repérer les différences FEMININ / MASCULIN dans :

- .Les gros titres.
- .Les photos.
- .Le choix des photos.
- .La publicité
- .Les petites annonces...

2. Impliquons-nous !

S'impliquer, écrire, dessiner et illustrer un point de vue particulier sur le thème

Les représentations féminines et masculines dans les médias : fiction ou réalité dans :

- .Les sports
- .La télé.
- .La publicité.
- .Les jeux vidéos
- .Les clips vidéos
- .Les élections et les médias.

.Activités 1. Les gros titres.

Un gros titre attire l'attention du lecteur vers l'article, pique sa curiosité, rend la page plus attrayante.

En regardant les gros titres, on voit ce que le rédacteur considère comme important. La **largeur de la page** que le titre couvre, **la grosseur des caractères**, **l'endroit** où le titre est placé dans la page, indiquent l'importance au lecteur.

- En groupes, feuilletez vos quotidiens pour trouver des titres sur les « hommes » et sur les « femmes ». Découpez-les et collez-les sur une feuille, en indiquant la rubrique, et l'endroit où le titre est placé dans la page.
- Recopiez chaque titre sur le tableau qui suit en indiquant la rubrique et l'endroit et décidez si l'article est positif, négatif ou neutre en cochant la case appropriée.

Titres sur les « femmes »	+	-	Neutre.
Titres sur les « hommes »			

Pour discussion

Conclusions ? Débats : réalité ou fiction et pour qui ?

Activité 2. les photos.

Qui est sur la photo ?

Les photographes contribuent efficacement à l'impact d'un article. C'est pourquoi le journaliste tente de les y inclure le plus souvent possible. Une photo est souvent ce qui reste en mémoire le plus longtemps.

Tout comme les articles, les photos passent par un processus de sélection. Plusieurs facettes sont prises en considération : l'actualité, l'impact, le bon goût, la qualité et les possibilités en matière de mise en page.

Le but de cette activité est d'aller chercher de l'information sur la façon dont on illustre la société dans les quotidiens. Principalement pour notre axe de lecture, sur le nombre de photos qui mettent en scène des publics féminins et des publics masculins et leurs contextes.

Modalités :

Par groupe de 3. Chaque groupe devra choisir un secrétaire et un porte-parole pour faire le rapport à la classe à la fin de cet exercice.

3 exemplaires du même numéro du journal afin que l'on puisse découper des deux côtés des pages et garder un exemplaire intact pour référence.

Exercice :

Découpez toutes les photographies et illustrations de personnes « féminines » et de personnes « masculines » dans le journal. N'incluez pas la publicité. Regroupez les photos par sexes. Collez-les sur une affiche.

Répondez aux questions suivantes :

Que font-elles ?

Dans quel contexte ?

Où les avez-vous trouvées dans le journal ?

Pourquoi sont-elles dans l'actualité ?

Quels rôles sociaux sont représentés ?

Les images sont-elles positives ou négatives ?

Les stéréotypes y sont-ils renforcés ou éliminés ?

Discutez

Quelles conclusions en tirez-vous, pour les photos ou illustrations montrant des personnes de sexe masculin ? (nombre ? métiers ? lieux ? vêtement ? sport ? seul ? en groupe ? niveau social ? richesse ?...)

Et celles montrant des personnes de sexe féminin ?

Activité 3. (complémentaire) : le choix des photos

Les photographies proviennent de diverses sources : des photographes employés par le journal, celles achetées auprès de diverses agences spécialisées à travers le monde, celles fournies par des correspondants pigistes.

Une mention de la source accompagne habituellement la photo.

Les photographies, comme les articles d'actualité, sont sélectionnés selon un processus rigoureux qui prend en considération un bon nombre de sujets.

L'information

La photo renseigne-t-elle ? Communique-t-elle mieux une idée que ne pourrait le faire un texte,

L'impact

A t-elle un impact ? Attire-t-elle l'attention du lecteur même si c'est un sujet qui ne sort pas de l'ordinaire ?

La diffamation

La photo est-elle diffamatoire ? Le texte est-il approprié ? Est-elle d'actualité ?

L'originalité

Offre-t-elle quelque chose que les lecteurs n'ont jamais vu ? Jette-t-elle un œil nouveau sur un sujet ancien ?

La qualité

Les photos trop sombres, trop pâles, trop floues, dont le grain est trop visible nuisent plus qu'elles n'aident. Dans ce cas là, il est préférable de ne pas publier de photo que d'en publier une de mauvaise qualité.

La mise en page

Il faut évaluer la photo en pensant à la mise en page finale.

Exercice :

Devenez chef(e) de la photographie !

- **Les filles** : Par groupes de 3, choisissez dans le journal une photographie qui selon vous, illustre un stéréotype masculin. Mettez en pratique les critères cités plus haut pour choisir une photo pour publication éventuelle. Auriez-vous publier cette photo? Pourquoi ? Si oui, dans quel journal ou magazine ? Pour montrer quelle information ? . Prévoyez un porte-parole pour restituer ce travail à la classe.
- **Les garçons** : même travail.

Discussion et argumentation.

Activité 4. la publicité

Qui est dans la publicité ?

Les journaux sont des entreprises privées et la publicité est une source de profit pour eux.

Le prix que paie le lecteur pour acheter le journal ne couvre qu'une petite partie des coûts de production. La publicité représente donc près de 70% des recettes de la plupart des journaux.

La publicité est une importante source d'information pour le lecteur car elle offre aussi une image de la société qu'elle représente.

Le but de cette activité est de voir comment les rôles féminins et masculins sont représentés .

Modalités.

Par groupe de 3 . Chaque groupe devra choisir un secrétaire et un porte-parole pour la faire le compte-rendu à la classe après la fin de l'exercice.

3 exemplaires du même journal afin que l'on puisse découper des deux côtés des pages et garder un exemplaire intact pour référence.

Exercice.

- Découpez toute la publicité qui fait voir des personnes.
- Classez-les par sexe représenté.
- Collez-les sur une affiche.

Répondez aux questions suivantes pour chacune des publicités relevée :

Qui est représenté dans cette publicité ?

Que font ces personnes (ou que fait cette personne) ?

Pourquoi sont-elles dans la publicité ?

Comment sont-elles accompagnées ? (lieu ? saison ? groupe ? contexte ?...)

Les stéréotypes y sont-ils renforcés ou éliminés ?

Quels sont les groupes ciblés de ces publicités ?

Quels rôles sociaux sont représentés ?

Discussion argumentation.

- Pour les garçons, quelle est la publicité que vous approuvez le plus ? Pour quelle raison ?
- Quelle est la publicité que vous réprouvez le plus ? Pour quelle raison ?
- Même travail pour les filles.

Activité 5. Les petites annonces

Les petites annonces, à leur façon nous informent sur la société. On y lit comment se répartissent des rôles des hommes et des femmes dans les métiers et les responsabilités professionnelles.

Exercice :

Modalités :

Par groupe de 3. Prévoir un secrétaire et un porte-parole pour exposer le résultat de la recherche à la classe à la fin de l'exercice.

Collez sur une affiche les petites annonces « emploi » découpées dans votre journal.. Entourez en rouge celles qui proposent un emploi pour un homme, en vert celles qui proposent un emploi pour une femme, en noir celles indéterminées selon le critère homme ou femme.

Regroupez-les par catégories ciblées : homme, femme, indéterminée. Indiquez pour chacune d'elles le métier recherché, le niveau d'étude, le niveau de responsabilité. Indiquez toutes les mentions restrictives (expérience, âge, véhicule personnel...)

Comparez

Discutez . Les stéréotypes sont-ils renforcés ? Pour Qui ? pour quel(s) métier(s) ? Pour quel niveau de responsabilité professionnelle ? Sont-ils éliminés ? Pour qui ? pour quel(s) métier(s) ? Pour quel niveau de responsabilité professionnelle ?

Argumentez

- Les filles : à quelle offre d'emploi souhaiteriez-vous répondre ? Pourquoi ?
- Les garçons : mêmes questions.

Activité 6. Les sports

Le sport (photo et articles) occupent une place importante dans les choix rédactionnels des médias, télévisés ou écrits..

Le but de cette activité est de prendre conscience que les médias jouent un rôle dans leurs préférences pour un sport ou un autre et de prendre conscience que les médias véhiculent des valeurs . Par exemple que les femmes et les filles ne sont pas aussi sportives que les hommes. Parler de leur sport préféré et de la couverture médiatique des sports dans les médias fournit aux enseignants des occasions pour poser rapidement des diagnostics sur les habitudes d'écoute télévisuelle des élèves, leurs expériences sociales associées aux sports, leur confiance en soi et leur compréhension du vocabulaire et des concepts utilisés par les médias.

Modalités suggérées.

- Préparer le tableau des sports : *les sports préférés à la télé et dans le journal* (voir le doc d'accompagnement).
- Enregistrer les discussions dans le but d'une prise de distance des représentations du sport dans les médias et d'être capable d'écrire un article de presse (reportage, billet d'humeur, interview) sur ce thème
- Demander aux élèves quels sports ils aiment et regardent à la télé ou dans le journal.
- A partir des réponses recueillies, compléter le *Tableau des sports*.
- Encourager les élèves à préciser s'ils aiment regarder leur sport à la télé (représentation médiatique du sport) ou s'ils préfèrent le pratiquer eux-mêmes.
- Demander d'expliquer la différence entre ces deux expériences.
- Discuter avec les élèves des sports que leurs amis(es) ou les membres de leur famille aiment et demander d'expliquer ces choix (influence des contextes culturels, de l'âge et du sexe).
- Inviter-les à parler de l'aspect esthétique des articles qu'ils ont apportés et de ce qu'ils aiment en particulier.

Réflexion

- Interroger les élèves pour savoir comment ils se sentent lorsque ils se blessent en faisant du sport et ce qui pourrait être fait pour améliorer cet aspect du sport.
- Aider les élèves à prendre conscience des divers sports qui existent, de la participation féminine et masculine et de la participation d'athlètes aux prises avec des difficultés physiques. . Il se peut que des élèves ne considèrent pas certaines activités comme des sports parce que des filles et des femmes y participent (par exemple, le patin artistique et la gymnastique).
- Rechercher des exemples de femmes et de filles qui pratiquent des sports comme le hockey, le baseball et le basket-ball et en discutez avec les élèves. Il est possible que des élèves ne soient que très peu conscients des capacités et du rôle des femmes dans

certaines sports et que la représentation de ces sports dans les médias les ait amenés à conclure que les femmes ne peuvent pas s'adonner à ces activités.

- On peut aussi demander à chaque élève d'amener une photographie de presse mettant en scène leur sportif(ve) préféré(e) et les aider à justifier leurs préférences (apparence corporelle, caractère, prouesse, apparition dans des clips, ...). Le décompte des sportives et des sportifs est significatif des représentations médiatiques et mentales .

Evaluation

Les progrès des élèves sont évalués en fonction de leur contribution aux discussions sur les divers sports et sur leurs représentation sdans les médias.

Encourager les élèves à se demander si certains sports attirent plus les hommes ou les femmes.

Donner-leur le temps pour exprimer les raisons qui, à leur avis, justifient de telles préférences.

- Ecriture d'un article de presse à partir des enregistrements des discussions.
- Interview d'un arbitre sportif ou/et d'un journaliste sportif .(les 2 pouvant être féminins !)
- Interview d'un enseignant puis d'une enseignante d'éducation sportive du collège: mêmes sports pour les filles et les garçons ? mêmes compétences physiques ? Plus de complaisance pour les filles ? pour les garçons ? mêmes évaluations ? Qu'apprend-on des relations filles et garçons dans le sport ?

Doc d'accompagnement : Tableau des sports Sports préférés à la télé, dans le journal et sport pratiqué.

sport	Préfére à la télé	Nombre d'élève	Préfére dans le journal	Nombre d'élève	Sport pratiqué	Nombre d'élève
Basketball						
football						
hockey						
Patinage artistique						
voile						
Tir à l'arc						
gymnastique						
autre						

Activité 7. La télé

Les stéréotypes à la télévision

Parce que la plupart des émissions de télévision sont de courte durée, la personnalité des personnages doit être établie le plus rapidement possible. Les scénaristes utilisent les stéréotypes afin de pallier à cette contrainte.

Un stéréotype se définit comme une idée, une image ou un jugement fixes, attribués à un certain nombre de personnes. Ce jugement peut-être positif ou négatif. Les stéréotypes sont formés à partir d'un modèle et inspirés des comportements ou de la tenue vestimentaire les plus populaires.

Généralement, les stéréotypes ne correspondent pas à la réalité. Ils sont plus parfaits (ou imparfaits), plus prévisibles que les événements et les personnes de la vie courante. L'homme stéréotypé par exemple, est « un vrai homme » aventureux, intelligent, imperturbable et maître de toutes les situations. Ces stéréotypes liés au sexe sont créés afin de présenter aux téléspectateurs un personnage auquel ils peuvent facilement s'identifier.

Le danger de la répétition de telles images est d'amener le public à généraliser le stéréotype à l'ensemble de la population masculine. ou féminine... Même si la télévision a amélioré l'image qu'elle projette sur les femmes, elles continuent dans plusieurs cas à être associées au rôle de l'épouse dévouée en tenue de maison ou à celui de la blonde vêtue légèrement.

Il est important que les élèves puissent reconnaître les stéréotypes et qu'ils comprennent le rôle qu'ils jouent dans la description de la réalité à la télévision.

Afin de développer un esprit critique face aux médias, les élèves doivent analyser la façon dont la télévision traite les gens pour :

- Faire des relations entre leur propre réalité et celle présentée par les médias
- Comprendre comment les personnages de la télé peuvent influencer les idées qu'ils ont sur les vraies personnes vivant dans leur environnement.

La télévision , les familles et moi

La manière dont les familles sont représentées dans des séries télévisées diffère bien souvent de celle observée dans la vie de tous les jours.

Il s'agit donc de :

- Reconnaître comment les médias fabriquent la réalité.
- Comprendre que les médias ne représentent pas toujours la réalité.
- Analyser les séries cultes des élèves mettant en scène des représentations familiales dans lesquelles les rôles des hommes et des femmes sont source de divertissement mais aussi de questionnements.
- Réfléchir sur ses propres perceptions des différences associées au sexe et comment elles peuvent être influencées par les médias.

Modalités :

-préparer les 2 documents d'accompagnement : Les familles, la télé et moi. Mon émission préférée.

-dresser une liste des séries et émissions télévisées présentant des familles et regardées par les élèves. Indiquez l'heure, le jour et la chaîne de diffusion.

-indiquer aux élèves que la semaine suivante, ils examineront des familles de la télé.

-distribuer les 2 doc d'accompagnement afin qu'ils répondent librement aux questions.

-discutez de leurs réponses.

. Préparation en vue d'une activité de groupe.

-établir des groupes d'élèves et laisser chaque groupe décider quelle émission de télé il aimerait regarder.

-distribuer le doc *Mon émission préférée* puis demander aux élèves d'inscrire sur la feuille le titre de l'émission choisie. Individuellement, ils répondent aux questions posées. Ensuite ils rédigent une synthèse écrite qu'ils affichent en classe.

-lecture des synthèses sur *mon émission préférée*. Débat. Argumentation : réalité ou rêve ?

-discuter des éléments qu'ils devront évaluer pour remplir le doc à la maison seul ou avec d'autres membres de la famille.

(cf doc proposé : *Les familles, la télé et moi*).

Activité : une semaine plus tard après avoir vu une ou plusieurs émissions choisies.

Une fois que les élèves par groupes ont recueilli leur information à la maison,(cf *les familles, la télé et moi*) ils doivent rédiger une synthèse collective sur leur émission, puis la présenter à la classe. Lorsque tous les groupes ont terminé, la classe discutera des questions ci-dessous : Prévoir par groupe un secrétaire et un porte-parole. Rédiger les réponses sur une affiche .

- Connaissez-vous quelqu'un qui ressemble à un des membres de cette famille ?
- Que pensez-vous des enfants de cette famille ? Sont-ils comme vous ou différents de vous ? Qu'est ce qui vous plaît en eux ? Qu'est ce qui vous déplaît ?
- Quel genre de relations entretiennent les membres de cette famille ? Est-ce qu'ils s'entendent tous ? Sont-ils en train de se chamailler ou de s'humilier les uns les autres ou s'entraident-ils ?
- Est- ce que les vraies familles se comportent ainsi ?
- Comment s'y prend la famille pour résoudre les problèmes ?

- Croyez-vous que les acteurs de ces émissions agissent de cette manière dans la vraie vie ?
- Cette famille vit-elle comme la vôtre(habitation ? voisinage ? vêtements ? sorties ? problème ?...)
- Comment vous sentez-vous lorsque vous regardez cette émission ? Etes-vous heureux (ses) ? Détendu (e) ? Troublé (e) ? en colère ? Amusé(e) ?
- Comment classeriez-vous cette famille dans les deux catégories suivantes : **Une vraie famille** ou **Une famille à la télé** ?

Discussion

Une fois que les groupes ont présenté leur synthèse à la classe sur l'émission choisie, comparer les points communs à toutes ces émissions.

Pour cela demander aux élèves de répondre aux questions suivantes :

- Quels types de problèmes sont résolus à la télé ? Les écrire.
- Quels types de problèmes une véritable famille doit-elle résoudre ? Les écrire.
- Apprenons-nous à résoudre des problèmes en regardant la télé ?
- Est-ce que les adultes et les enfants surmontent leurs difficultés de la même manière à la télé et dans la vie réelle ?

Synthèse (en reprenant du temps pour lire les fiches sur *Mon émission préférée*) :

- A quoi ressemblent ces personnages féminins ou masculins que vous aimez ?
- Que font-ils concrètement dans cette émission ?
- Comment s'expriment-ils et de quoi parlent-ils ? :

On peut aussi en fonction de l'âge et des caractéristiques des classes, leur demander de se représenter, eux et leur famille, en train de pratiquer une activité commune (dessin) ou d'apporter une photo sur le même thème. Afficher alors les dessins et les photos et laisser du temps pour les découvrir.

Synthèse finale :

- Familles à la télé : fiction ou réalité ?
- Présenter le doc d'accompagnement *Les stéréotypes à la télé*. Le lire et le commenter.
- Demandez aux élèves :
- Qu'est ce qui est artificiel dans cette image de la famille
- Qu'est ce qui est artificiel dans l'image des personnages féminins et masculins ?
- Quels problèmes y-a-t-il avec les stéréotypes de ce genre y compris quand les stéréotypes sont mis au goût du jour « une famille cool » ou « un papa cool » ?

Prolongement :

Interview de parents ou d'autres adultes (point de vue autour de ces émissions , témoignages).

Les familles, la télé et moi

Nom :

Prénom :

1. Emission de télévision :

Heure :

Chaîne :

Présence de rires enregistrés :

Présence d'applaudissements enregistrés :

Les pauses commerciales (temps ?produits ?) :

2. Décrivez les membres de la famille présentée dans l'émission de votre choix. Indiquez leur nom et leur position sociale dans la famille et décrivez leur apparence et leur comportement.

Nom du personnage	Position	description	Comportement

3. Quel est votre personnage préféré ? Pourquoi ?

4. Quel est le personnage qui vous plaît le moins ? pourquoi ?

5. Où cette famille vit-elle ? décrivez sa maison ou son appartement.

6. Quel est le type de famille montrée dans cette émission (ex. s'agit-il d'une famille pauvre ou riche, reconstituée ou monoparentale ?)

7. Que se passet-il dans l'émission ?

. Quelle est le problème que rencontre cette famille ?

. Quel est le personnage confronté à ce problème ?

. Comment le problème va-t-il être résolu ?

. Par qui va-t-il être résolu ?

7. A quoi ressemblent les hommes et les femmes dans cette émission ?

. Que font-ils ?

. Comment s'expriment-ils et de quoi parlent-ils ?

Doc d'accompagnement 3

Mon émission préférée

Nom :

Prénom :

1. Quelle est votre émission de télévision préférée présentant une famille ?
2. Pourquoi ?
3. Si vous étiez comme un membre de cette famille, de qui s'agirait-il ?
4. Pourquoi aimeriez-vous ressembler à cette personne ? En raison de son apparence ? De sa personnalité ? De la manière dont les gens la considèrent ? Des choses qu'elle peut faire ?

Activité 8

La publicité

Il s'agit ici d'explorer les rôles sexuels dans la publicité en choisissant des publicités qui ciblent exclusivement des hommes ou des femmes . Cette lecture a pour enjeu de :

-prendre conscience des stéréotypes sexuels utilisés par les publicitaires pour vendre des produits.

-faire prendre conscience aux élèves que les publicitaires qui créent des campagnes qui ciblent des filles sont différentes de celles qui ciblent les garçons.

Modalités :

Pendant 2 semaines, demander aux élèves de découper toutes les publicités parues dans le journal et de constituer un dossier de pubs qui ciblent les filles et un dossier de pubs qui ciblent les garçons.

Au bout de deux semaines, lorsque les dossiers sont constitués.

Par groupes mixtes, faites-les discuter sur les critères retenus qui ont motivé leurs choix. :

- Quels sont les 3 points communs contenus dans les publicités « masculines » ?
- Quels sont les 3 points communs contenus dans les pub « féminines » ?

Demander leur de justifier ces points communs sur une publicité « féminine » et « masculine » qui ont chacune, particulièrement retenu leur attention.

Chaque groupe prendra le temps de présenter son travail sur une affiche et de prévoir un porte-parole qui restituera la synthèse à la classe.

Afficher les travaux du groupe.

Discussion :

Dégager avec les élèves (classes entière) les points communs des « pubs féminines » et les points communs des pubs « masculines ».

- En quoi le marketing pour les filles diffère-t-il de celui des garçons ?
- Quels sont les stéréotypes associés aux garçons et aux filles dans ces publicités ?
- Ces stéréotypes sont ils exacts ?

Comparez les stratégies publicitaires :

En discussion dirigée, faire prendre conscience aux élèves que les publicitaires qui créent des campagnes qui ciblent des filles sont différentes de celles qui ciblent les garçons. Mais toutes deux sont réductrices dans la façon de représenter l'image, le physique, les traits de personnalité, les rôles **sociaux** des hommes et des femmes.. Amener les élèves à exprimer leur adhésion ou leur opposition face aux stéréotypes repérés.

Prolongement :

Distribuez une feuille A3 et des marqueurs à chacun des groupes.

- Le groupe doit penser à un produit dont la publicité cible exclusivement les garçons puis un produit dont la cible est les filles.(retour aux dossiers de pubs). Leur travail consiste maintenant à concevoir les grandes lignes de la stratégie publicitaire qui rendrait un produit déjà analysé, attrayant pour le sexe opposé.(collage, dessin, photo,

texte, slogan.) Ils doivent aussi imaginer dans quel espace publicitaire cette publicité aurait sa place : quel journal ? quel magazine ? quel espace public et urbain ?

- On peut aussi demander de concevoir une contre-publicité (parodie, caricature) qui démonte la stratégie publicitaire des stéréotypes masculins et des stéréotypes féminins repérés dans les analyses précédentes et pour lesquels les élèves s'opposent.
- On peut aussi comparer un même produit ciblé « féminin » et ce même produit ciblé « masculin ».

Activité 9.

La pub, l'image de soi et le regard des autres

Au cours de cette activité, les élèves remplissent un questionnaire bref qui porte sur la pub, l'image de soi et le regard des autres. :doc d'accompagnement : *la pub, l'image de soi et le regard des autres.*

Pour ce faire, on peut leur demander de constituer chez eux, un dossier de pubs qu'ils aiment. et qui mettent en scène des personnes du sexe féminin et des personnes du sexe masculin. Ces pubs peuvent être trouvées dans la presse écrite ,enregistrées à la télévision ou vues sur internet. Ce dossier peut aussi s'appuyer sur les clips vidéo utilisés pour la promotion musicale d'un groupe ou d'un chanteur.

Modalité :

Demander aux élèves de remplir le questionnaire de façon anonyme.

Pointer les résultats.

Présenter ces résultats.

Discuter : ces résultats sont-ils les mêmes que ceux que les élèves attendaient ?

Par groupe, à l'aide de dictionnaires, les élèves recherchent et proposent une définition du mot « publicité » qu'ils proposent à la classe.

Puis ils débattent des questions suivantes :

- Les publicités ont-elles pour rôle de rendre les gens satisfaits ou insatisfaits ?
- Quel serait l'avantage pour un publicitaire de rendre les gens satisfaits d'eux-mêmes ou insatisfaits ?
- Les publicités sont-elles créées pour être bénéfiques pour le consommateur ou pour le publicitaire ?

Activité :

Par groupes de 3,(non mixtes) les élèves choisissent une publicité retenue dans leurs dossiers qui est significative des manques que le publicitaire veut créer chez le consommateur. Ils collent cette publicité sur une affiche. (ou ils l'enregistrent)

Puis ils discutent et identifient les manques qui seront indiqués sur l'affiche présentant la publicité choisie. Pour les aider, on les amène à réfléchir sur l'apparence physique des personnes (taille mannequin ou musculature excessive : objectif réalisable ? Souhaitable ? A quel prix ? Vêtements ? ...).

Chaque groupe présente le résultat de son travail et insiste sur les critères d'insatisfactions générées par cette publicité.

Synthèse :

- Quelles peuvent être les conséquences physiques et psychologiques de ces campagnes publicitaires ?
- Etes-vous maintenant susceptibles de regarder les publicités (presse écrite, télé, internet, affichages muraux) différemment ? En quoi votre façon de les regarder sera-t-elle différente ?

Prolongement :

- Rédiger un article (reportage, éditorial, billet d'humeur) dont l'information est le résultat du questionnaire et des travaux de groupes.
- Débattre avec un publicitaire (par mail, courrier)ou avec un responsable publicité de votre journal des résultats du questionnaire , des manques créés par la publicité et de ce que cela implique dans leurs droits et devoirs professionnels. Par exemple quelles publicités ont-ils refusées et pour quelle raison ? Quelles publicités acceptent-ils et pour quelle raison ?
- Et dans le journal de votre collègue ou du lycée, qu'en est-il de ces représentations ?

Doc d'accompagnement :

Questionnaire. *La pub, l'image de soi et le regard des autres*

Entourez « oui » si quelque chose a été vraie une fois ou de nombreuses fois et « non » si cela n'a jamais été vrai.

Vos réponses resteront anonymes.

1. Je me suis senti(e) parfois gêné(e) de ne pas avoir quelque chose ?	oui	non
2. J'ai ressenti l'impression que les autres pourraient davantage m'apprécier si je possédais un objet à la mode.	oui	non
3. Une pub m'a fait ressentir que je m'aimerais davantage ou que les autres m'aimeraient davantage si je possédais le produit vendu par cette pub.	oui	non
4. Je m'inquiète parfois au sujet de mon physique : je m'inquiète parfois de savoir si j'ai l'air séduisant.	oui	non
5. J'ai ressenti que les autres m'aimeraient davantage si mon allure ou mon visage ou mon corps ou ma peau ou mes cheveux seraient différents	oui	non
6. Une pub m'a fait ressentir que je m'aimerais davantage ou que les autres m'aimeraient davantage si je pouvais changer de physique grâce au produit vendu par cette pub.	oui	non
7. Je pense que les autres se forgent une opinion sur moi en se basant d'abord sur mon allure et sur ce que je possède.	oui	non

Activité 10.

Le sexe dans la publicité

Par cette activité les élèves constatent et discutent de l'utilisation et de la prédominance de la sexualité dans la publicité. (écrite, vidéo, télé,) pour :

- **Comprendre les significations multiples de la sexualité.**
- **Repérer les façons dont les médias tirent profit du sexe pour vendre une grande variété de produits.**
- **S'interroger sur les systèmes de valeurs implicites des messages médiatiques sexualisés.**

Modalité :

Demander aux élèves de collecter des pubs qui représentent des femmes de manière sexualisée. Et de collecter également des pubs qui représentent les hommes de manière sexualisée...(les pubs pour les parfums sont un bon corpus)

Deux semaines plus tard, comparer les publicités et constater :

- Les publicitaires savent eux aussi que la curiosité pour le sexe fait partie de la nature humaine.
- Dans le marketing, le sexe se vend bien.
- Quand des publicitaires utilisent la sexualité certaines valeurs et attitudes sont « vendues » aux consommateurs en même temps que les produits. Les questions essentielles à se poser pour déconstruire ces stratégies publicitaires sont les suivantes Pourquoi il y a plus de femmes que d'hommes présentés de façon érotique dans ces publicités ? Quel message implicite cette pub vend-elle ?

Activité :

Par groupes mixtes, les élèves analysent deux pub choisies par eux (femmes représentées de manière sexualisée et idem pour les représentations masculines). Puis ils répondent aux questions suivantes pour les 2 publicités choisies :

1. Quel est le produit vendu par la publicité ?
2. Quel type de vêtement portent-ils (ou ne portent-ils pas) ? Pourquoi ?
3. Décrivez le contexte : décor, objet, couleur, moment de la journée... Ces éléments sont-ils toujours facilement identifiables ? Pourquoi ?
4. Quel est le public cible pour cette publicité ? (tranche d'âge ? sexe ? niveau social ?)
5. Quel message ou quelle valeur implicite est vendu(e) par cette publicité ?
6. Quel est le rôle attribué à la femme ? Etes-vous d'accord avec ce message ? Pourquoi ?
7. Quel est le rôle attribué à l'homme ? Etes-vous d'accord avec ce message ? Pourquoi ?
8. Dans vos dossiers « pub hommes » et « pubs femmes » y-a-t-il des pubs qui ne respectent pas cette stratégie publicitaire : vendre du sexe et faire de la femme (ou de l'homme)un objet sexuel ? Si oui, lesquelles ? Quelle conception des relations hommes/femmes montrent-elles ?

. Chaque groupe sur une affiche, colle les deux pubs et la synthèse de leurs réponses et communique le résultat de leurs analyses à la classe. Ces synthèses peuvent être enregistrées et utilisées pour l'écriture d'un article.

-Afficher les travaux.

-Discuter et argumenter en mettant en évidence les valeurs implicites des messages publicitaires sexualisés. Enregistrer ce débat de manière à pouvoir en rendre compte dans un article de presse.

Prolongements :

- Interroger (par courrier ou mail) un responsable d'agence publicitaire sur sa stratégie publicitaire .
- Débattre avec un journaliste photographe sur les droits et devoirs du journaliste face à l'image.

Activité 11 :

Les vidéo clips et la musique

- **Comprendre l'influence des vidéo clips dans une culture et un système de valeurs..**
- **Analyser les représentations des femmes et des hommes dans ces vidéo clips.**

Modalité :

Demander aux élèves , par groupe de 2 d'échanger sur leur musique préférée. Après avoir écouté certaines de leurs sélections, par 2 , ils discutent et répondent aux questions suivantes (interview croisée) :

1. Combien de temps passes-tu chaque jour à écouter de la musique ?
2. Quel est ton type de musique préféré ?
3. Qu'aimes-tu particulièrement dans la musique que tu as apportée en classe ?
4. Aimes-tu la musique forte ou douce ? Pourquoi ?
5. La première fois que tu as vu le clip de cette chanson, cette interprétation du contenu de la chanson était-elle identique à l'interprétation que tu en faisais, après l'avoir simplement écoutée ?
6. Le vidéo clip de la chanson influence-t-il ta façon d'aimer cette chanson ?
- 7.

Ils communiquent leurs réponses.

Demander aux élèves de regarder le vidéo clip d'une chanson qu'ils connaissent bien, mais sans mettre le son et partager les impressions, uniquement à partir de cette représentation visuelle : (l'éclairage, l'univers imaginaire, les personnages masculins et féminins, le ton provocateur ? sérieux ? humoristique ?)

Demandez-leur ensuite d'écouter les paroles de la chanson elle-même, sans les éléments visuels et partager les impressions. Parmi les points à étudier , figurent les éléments suivants : le style de musique, le contenu des paroles, les thèmes, l'univers imaginaire, le rôle des personnages féminins et masculins.

Une fois ceci terminé, demander aux élèves par groupe de 4, de noter leurs observation pour une présentation en classe entière. Les questions d'analyse sont les suivantes :

- Le vidéo clip et la chanson sont-ils compatibles ? Racontent-ils la même histoire ?
- Par qui a-t-il été réalisé : une femme ou un homme ? Est-ce important et pourquoi ?
- L'interprétation du sens de la chanson était –elle identique au clip ? Quelle est la plus grande différence ?Le clip ajoute-t-il de la valeur à la chanson ou est-il une astuce de marketing ?

Les thèmes des vidéo clips

Cette activité encourage les élèves à se livrer à l'analyse critique des vidéo clips d'un style de musique particulier. Les élèves choisiront un style de musique qui les intéresse.

Ils enregistreront et analyseront 2 vidéo clips qui selon eux illustrent ce style. Pour ce faire, ils répondront aux questions suivantes :

- Quel est le message dominant exprimé par ces vidéo clips ?
- Quelles sont les ressemblances entre ces vidéo clips ?
- Comment les personnes sont-elles représentées :
les adolescents (tes)
les hommes
les femmes,
les symboles d'autorité
les parents.
- Quels choix de style de vie sont préconisés par ces vidéo clips ?
- Comment cette musique (texte et image) influence votre propre vie ?

Prolongement :

A partir de leurs observations, les élèves réaliseront un article de presse illustré pour convaincre les annonceurs à plus de respect.

Les médias et les élections

Une période électorale reçoit une couverture médiatique large. Les médias sont à ce point présents qu'ils contribuent à façonner l'image d'un politicien (ou d'une politicienne).

Il s'agit dans cette activité de se rendre compte que les médias construisent une certaine réalité et d'identifier les façons dont ils s'y prennent.

Modalité :

Dresser la liste des candidats à l'élection présidentielle. Faire noter cette liste par les élèves.

A partir du journal, les élèves constituent pendant 3 semaines un dossier sur les élections.. (découpage des photos et des articles de tous les candidats à l'élection présidentielle, sans oublier les dessins, les caricatures et les titres).

Demandez aux élèves de coller sur une feuille leur trouvailles , de dater leurs sources et d'indiquer dans quelle rubrique ils étaient situés.

Par groupes de 5, les élèves classent leurs documents par ordre chronologique et par candidat

Pour chaque candidat (e) représenté(e) dans le journal, ils répondent aux questions suivantes : Pour la synthèse par groupe, ils choisissent une seule photo de chaque candidat.

Les questions d'analyse sont les suivantes :

- Quels sont les candidats(es) représenté(e)s ? Citez le nombre de photos, articles et titres qui leur est consacré . Ce résultat vous surprend-il ? Pourquoi ?
- Effectuez le palmarès des « gagnants » de la couverture médiatique et des « perdants »
- Quels sont ceux qui ne sont pas apparus ? Citez leur noms. Pour quelle raison d'après vous ?
- Pour chaque candidat, où sont-ils placés ? (Une ? rubrique nationale ? Rubrique internationale ?)
- Pour chaque candidat, les textes sont-ils majoritairement écrits par une femme ou par un homme ? Est-ce important et pourquoi ? Quels sont les mots mis en avant dans le texte ? Définissez les 2 champs lexicaux qui structurent leurs articles sans oublier d'inclure les titres. Comparez.
- Quelles est la taille des titres ?
- Quelles sont les couleurs ?
- Quel est l'angle, le cadre, et le sujet des photos ? Définissez les 2 champs lexicaux principaux des sujets des photos.
- Sont-ils dans la photo et le texte opposés aux autres candidats ?
- Qu'est ce que les photos d'un(e) même candidat (e) « racontent » au sujet de ce candidat ?

Pour le traitement des dessins et des caricatures : demander aux élèves d'écrire une phrase ou deux afin d'explicitier le sous-entendus. Afficher ces travaux .

Chaque groupe présente sa synthèse.

- Dans le journal, le choix et les agencement de photos et d'articles, leur nombre, se modifie-t-il au fil des changements de popularité d'un candidat ?
- Ces photos ou ces citations sont-elles utilisées par les candidats dans leur publicité électorale ? Si oui, pour quels candidat(s) es ?
- D'après vous, quel est le rôle du journal dans la représentation des élections présidentielles ?

Chaque groupe expose et argumente le résultat de son travail.

Prolongement :

Débattre avec une députée, une maire, une conseillère municipale de la place des femmes dans la société et la politique et de ses représentations aujourd'hui. (reportage, interview , photos))

Utiliser les talents de dessinateurs de certains des élèves pour leur suggérer de représenter par un dessin de presse la couverture médiatique des élections présidentielles 2007.(illustration)

Au fait, combien de filles sont déléguées dans votre collège ? Combien de garçons ? Et au Conseil d'Administration ? Que pensez-vous de ces résultats ? (reportage, interview, photos)