



## DOSSIER PÉDAGOGIQUE DU N° 21 SAGE COMME UNE IMAGE

### Nouveau !

Le dossier pédagogique de *Philéas & Autobule* change de forme. Par souci écologique et afin de vous fournir encore plus d'activités, nous mettons à votre disposition :

- une **version papier introductive**, fournie avec chaque numéro. Vous y trouverez un récapitulatif complet des exploitations pédagogiques proposées et une fiche.
- une **version numérique complète (et augmentée)**, téléchargeable gratuitement sur notre site Internet [www.phileasetautobule.be](http://www.phileasetautobule.be).

Merci pour votre fidélité et rendez-vous sur notre site Internet!

### Sources

Plusieurs activités de ce dossier pédagogique sont inspirées des travaux du Réseau Éducation-Médias ([www.education-medias.ca](http://www.education-medias.ca)), de Matthew Lipman et de Michel Boumal (responsable CECEM).

### Pistes bibliographiques

Bertrand Claude-Jean (dir.), *Médias : Introduction à la presse, la radio et la télévision*, Paris, Ellipses, 1999.  
Bevort Évelyne, Cardy Hélène, De Smedt Thierry et Garcin-Marrou Évelyne, *Évaluation des pratiques en éducation aux médias, leurs effets sur les enseignants et leurs élèves*, Paris, CLEMI, 1999.  
Lochard Guy, Boyer Henri, *La communication médiatique*, Paris, Seuil, 1998.

**Auteurs** : Oscar Brenifier, Sonia Huwart, Martine Nolis, Mikou Braekmans / **Éditeur** : CAL, CAL-BW et Entre-vues / **Rédactrices en chef** : Françoise Martin et Catherine Steffens / **Secrétaire de rédaction** : Carine Simão Pires / **Graphisme** : Quentin Van Gysel – [www.contrecourant.be](http://www.contrecourant.be) / **Rédaction** : [redaction@phileasetautobule.be](mailto:redaction@phileasetautobule.be), tél : 010/22 31 91 / **Avec le soutien des régionales du Centre d'Action Laïque** : Bruxelles Laïque, Régionale de Charleroi, Centre d'Action Laïque de la Province de Liège, Régionale du Luxembourg, Régionale de Sambre et Meuse Laïque, Régionale de Picardie Laïque.



Avec le soutien de la Communauté française de Belgique – septembre 2010 – Éditeur responsable : Éliane Deproost  
Avec l'appui de l'Administration générale de la Recherche scientifique, Service général du pilotage du système éducatif

### Introduction

L'éducation aux médias est centrée, non pas seulement sur les médias comme objets d'étude, mais aussi sur les élèves en tant qu'usagers ou consommateurs de médias. Pratiquement, elle vise à doter les élèves des savoirs nécessaires et des compétences indispensables pour **développer une attitude spontanée d'éveil devant les usages qu'ils font des médias.**

On éduque les élèves aux médias chaque fois que l'on mène avec eux des activités qui, de manière directe ou indirecte, les conduisent à se poser des questions comme :  
Qu'est-ce que je fais de moi, qu'est-ce qui se passe en moi quand j'utilise (je consomme) des médias ?  
Qu'est-ce que ces médias cherchent à faire de moi ?  
Que me veulent-ils ?  
Qu'est-ce que j'attends d'eux ?  
Suis-je assez conscient de tous les dangers de la jungle médiatique pour m'en préserver ?  
Suis-je assez instruit de toutes les richesses que je peux récolter dans l'univers médiatique pour pouvoir en profiter ?  
Quelle est donc la réalité de ce monde dont je ne connais l'essentiel qu'à travers des représentations médiatiques ?  
Où pourraient m'entraîner ces modèles de personnages et de modes de vie qui me font rêver ?

Si l'on décline l'éducation aux médias en savoirs, savoir-faire et savoir-être, on peut distinguer, comme pour l'éducation à la citoyenneté, deux grands domaines d'activités pédagogiques et éducatives :

1° celui **des connaissances nécessaires** pour se situer dans l'univers médiatique, pour comprendre comment celui-ci nous détermine (enjeux économiques, politiques, impact sur la vie sociale, sur la psychologie des masses et celle des individus, etc.), pour se préserver de ses conditionnements, de ses manipulations et de ses pièges, pour le fréquenter en connaissance de cause, comme lecteur, comme producteur ou comme utilisateur interactif ;

2° celui **des comportements et des attitudes** qui caractérisent un usager des médias (du gsm à la télévision en passant par tous les médias d'Internet) prudent, responsable, respectueux, ouvert et citoyen ; le domaine de l'exercice d'une éthique et d'une hygiène psychologique de l'utilisation des médias.

<h3>Ateliers philo</h3> <p>Fiche 1 Télé et réalité Fiche 2 Les stéréotypes à la télévision Fiche 3 Les valeurs et la télévision Fiche 4 La course à la célébrité Fiche 5 Imagination et vérité Fiche 6 Être ou ne pas être cool Fiche 7 L'influence de la publicité Fiche 8 L'image de soi à travers les médias Fiche 9 La recherche de la vérité Fiche 10 De la dépêche à l'article Fiche 11 Internet et nous Fiche 12 Exploitation de l'affiche</p> <p><b>Voir aussi</b> DP n°4, p. 2 (distinction garçons/filles) DP n°5, p. 1 (skyblog) DP n°5, p. 2 (la vérité) DP n°5, p. 4 (la confiance) DP n°5, p. 6 (à chacun sa vérité) DP n°5, pp. 6, 7 (distinguer le réel de l'imaginaire) DP n°5, pp. 8, 9 (statut de la connaissance) DP n°11, p. 5 (la preuve)</p>	<h3>Activités de français</h3> <p>1.2. S'initier au langage télévisuel et cinématographique 2.3. Jouer sur les stéréotypes en créant une annonce 2.4. Sensibiliser à l'emploi du mode conditionnel 5.1. Identifier les genres ? 6.1. Définition du terme « cool » 7.1. L'enfant et la publicité 8.1. Quelle image de moi ? Des portraits à décrire et reconnaître 10.2. Comparer des interprétations différentes du même événement 10.3. Initiation à l'écriture journalistique</p> <p><b>Voir aussi</b> DP n°4, pp. 4, 7, 8, 9 (la famille) DP n°11, pp. 4, 5, 6 (relation causale) DP n°19, p. 3 (langage sms) DP n°19, p. 4 (la communication)</p>	<h3>Éducation aux médias</h3> <p>1.2. S'initier au langage télévisuel et cinématographique 2.2. Jeu de rôle autour de la réalité et des représentations télévisées 2.3. Jouer sur les stéréotypes en créant une annonce 7.1. L'enfant et la publicité 7.2. Regards sur la publicité concernant les aliments 8.1. Quelle image de moi ? Des portraits à décrire et reconnaître 10.2. Comparer des interprétations différentes du même événement 10.3. Initiation à l'écriture journalistique</p> <p><b>Voir aussi</b> DP n°5, pp. 5, 6 (le statut de la vérité dans la publicité) DP n°9, pp. 3, 4 (être et apparence)</p>
<h3>Compétences transversales</h3> <p>1.3. Analyser les intentions de l'auteur 1.4. Stimuler la réflexion critique, la capacité à comparer, à choisir et à vérifier des hypothèses 2.5., 7.3., 7.4., 9.1. Observer des images et travailler leur complémentarité avec le texte 3.1. Chasse au trésor : identifier et discuter</p> <p><b>Voir aussi</b> DP n°12, pp. 2, 3 (classification et logique)</p>	<h3>Notre projet</h3> <p><b>Ce numéro de Philéas &amp; Autobule aborde de manière philosophique et transversale les six thématiques de l'éducation aux médias telles que la Communauté française les a déterminées :</b> <b>Langages :</b> Comment sont construits les textes, les images, la bande son... ? <b>Producteurs :</b> Qui produit ? Dans quel contexte ? Quels sont les intérêts économiques en jeu ? <b>Typologie :</b> À quel genre le message appartient-il ? <b>Représentation :</b> Quelle(s) représentation(s) de la réalité cette publicité, cette émission, cet article..., quelle(s) valeur(s) explicite(s), implicite(s), véhiculent-ils ? <b>Publics :</b> À qui le message est-il destiné ? <b>Technologies :</b> Quels sont les moyens techniques utilisés ? Qui fait quoi avec quels outils ? Quels effets produisent-ils sur le lecteur, le spectateur, l'auditeur ?</p>	<h3>Éveil citoyen</h3> <p>2.1. Réflexion sur les stéréotypes masculins et féminins 2.2. Jeu de rôle autour de la réalité et des représentations télévisées 3.2. Comparaison entre les familles : réalité et fiction 6.2. Les représentations de ce qui est « cool » et leur influence 6.3. Sensibilisation à la notion de minorité et à des représentations mathématiques 7.1. L'enfant et la publicité 7.2. Regards sur la publicité concernant les aliments 8.1. Quelle image de moi ? Des portraits à décrire et reconnaître</p> <p><b>Voir aussi</b> DP n°5, pp. 5, 6 (le statut de la vérité dans la publicité) DP n°6, p. 7 (la démocratie) DP n°15, pp. 6, 7 (développement durable et fracture Nord/Sud)</p>
<h3>Activités artistiques</h3> <p>2.6. Sensibiliser les enfants au travail d'illustration 7.1. L'enfant et la publicité</p>	<h3>Matériel et outils de la classe</h3> <p>Fiche de l'élève : Questionnaire Fiche de l'élève : Liste de mots pour écrire un portrait Fiche de l'élève : De la dépêche à l'article Affiche : « C'EST TROP... »</p>	<h3>Activités scientifiques</h3> <p>1.1. Comparer et mesurer des durées à partir des horaires des programmes TV 6.3. Sensibilisation à la notion de minorité et à des représentations mathématiques</p> <p><b>Voir aussi</b> DP n°5, p. 3 (pommes frites) DP n°15, p. 5 (néfaste food)</p>

## Atelier philo

### Enjeux philo

La notion de TV est difficile à concevoir pour la plupart des enfants. Ce qui est difficile à concevoir, ce n'est pas la lumière ou le son qu'elle diffuse mais bien **la réalité des images**. C'est comme si, quand nous nous branchons sur ce média, les gens étaient dans notre salon alors qu'il n'y a que de la lumière et du son. La vivacité de ces images nous pose de réels problèmes philosophiques. Comment expliquer que les personnes que nous voyons à l'écran puissent nous paraître aussi réelles ?

Il nous semble également essentiel d'entamer avec les enfants un travail philosophique qui aura pour objectif d'amener ceux-ci à **acquérir l'habitude d'exprimer des distinctions fondamentales**, comme la différence entre la façon dont les acteurs sont dans le studio et la façon dont ils apparaissent à l'écran, autrement dit de distinguer apparence et réalité. On pourrait également différencier l'acteur en lui-même et les différents rôles qu'il incarne, c'est-à-dire faire la différence entre l'un et le multiple. Il faudrait aussi proposer de distinguer la vie changeante de l'acteur et les films ou séries qui le représentent toujours dans le même rôle : de distinguer permanence et changement en somme.

### Questions philo

Certains programmes de télévision montrent-ils des acteurs en direct ?

Dans quels programmes n'y a-t-il pas d'acteurs en direct ? Une actrice qui passe en direct à la télévision peut-elle se voir en direct ?

Quand une actrice parle dans le studio, sa voix est-elle dans le studio ou dans le salon ?

Si le son de la voix de l'actrice est dans ton salon, est-il possible que l'actrice soit en personne dans ton salon ?

Quand tu regardes la télévision, les personnages sont-ils réellement dans ton salon, ou semblent-ils seulement s'y trouver ?

Quand tu regardes la lune, est-elle réellement dans le ciel ou semble-t-elle s'y trouver ?

Quand tu regardes la télévision, vois-tu les personnages en chair et en os ou vois-tu leur image ?

Quand tu regardes la lune, vois-tu la lune ou son image ?

Si la plupart des gens qui habitent la même ville que toi regardent le même programme de télévision et qu'ils voient tous le même personnage, cela signifie-t-il que ce personnage est, au même moment, en plusieurs lieux ? Cela signifie-t-il que l'image du personnage se trouve, au même moment, en plusieurs lieux ?

Comment une image peut-elle se trouver au même moment dans des lieux différents ?

Supposons que tu vois un film pour la deuxième ou la troisième fois, est-ce que les personnages sont chaque fois les mêmes ?

## Leçons

### 1.1. Comparer et mesurer des durées à partir des horaires des programmes TV

#### ...✦ Préparation

Demandez à vos élèves d'apporter des pages de programmes (journaliers ou hebdomadaires) : des informations différentes seront alors disponibles, ce qui enrichit la réflexion. Pour plus de facilité, réalisez et distribuez un support unique.

#### ...✦ Déroulement

Aidez vos élèves à se familiariser avec les abréviations. Par exemple :

- 1h30 : « h » pour « heure », il s'agit de la durée du film.
- 9.25 / 10.55 : un « point » pour « heure ».

Faites-leur choisir une émission, puis passez au calcul de la durée de celle-ci. Les élèves doivent :

- se rappeler : les unités de durée connues ; les positions et le déplacement des aiguilles sur l'horloge ; par représentation de la durée sur une droite...
- estimer : si cela commence « un peu » après 17h et finit « un peu » avant 18h ; ce programme dure-t-il plus ou moins d'une heure ? d'une demi-heure ?
- calculer.

#### ...✦ Prolongements

##### « Combien de temps je regarde la télévision ? »

Sur une grille horaire hebdomadaire, les enfants colorient les périodes durant lesquelles ils regardent la télévision (et éventuellement : ils dorment, ils mangent...).

Selon le niveau de la classe, ils calculent : des durées par jour et par semaine, une moyenne journalière par enfant, pour la classe.

#### Résolution de problèmes

- J'ai du temps de ...h à ...h, tel jour : quel programme puis-je regarder en entier ?

- J'ai le droit de regarder la télévision ce jour-là, mais seulement pendant une durée totale de 2h et seulement entre 14h et 18h. Quels programmes puis-je regarder en entier si je veux passer un maximum de temps devant la télévision ?

- J'ai le droit de regarder la télévision ce jour-là, mais seulement pendant une durée totale de 2h, seulement entre 12h et 20h et seulement des programmes documentaires. Quels programmes puis-je regarder en entier si je veux passer un maximum de temps devant la télévision ?

#### Compétences\*

**Mathématiques.** En utilisant des unités conventionnelles, estimer la durée d'événements (1052)

Comparer, mesurer : Construire et utiliser des démarches pour calculer [M 47]

## 1.2. S'initier au langage télévisuel et cinématographique

### ...✦ Déroulement

Divisez la classe en groupes.

Chaque groupe repère le lexique dans les programmes d'une journée : les mots, les sigles, les signes et les expressions qui caractérisent une émission.

Une fois l'ensemble des termes recueillis, amenez vos élèves à distinguer ceux qu'on comprend (proposer des réponses) et ceux qu'on ne comprend pas (émettre des hypothèses).

Menez la résolution et l'établissement collectif de cet inventaire.

Confectionnez un référentiel.

Exemple : « Un lourd secret \* Film TV. Sentimental, All. – Aut. 2008. Réal. : Hans-Jürgen Tögel. 1h30. Avec : ... ».

« \* » = notions de critique

« film TV. Sentimental » = genre

« All. » et « Aut » = pays producteurs

« réal. » = métier de cinéma

### ...✦ Prolongement

Complétez éventuellement l'inventaire avec des notions rencontrées par la suite. Par exemple, en regardant un film en classe, on peut observer le générique (doublage, version originale, N/B, animation, adaptation, montage, sous-titres...).

### Compétences

**Langue française.** Utiliser les écrits sociaux (programme de télévision) (1341-4)

Comprendre, en émettant des hypothèses sur le sens d'un mot, découvrant la signification d'un mot à partir du contexte [F33-34]

## 1.3. Analyser les intentions de l'auteur

### ...✦ Déroulement

Consigne : Les médias jouent différents rôles : ils veulent informer, distraire, vendre... Fais une liste des émissions que tu connais, et tente d'évaluer leur objectif en t'aidant de la liste de propositions ci-dessous.

Informer / Séduire / Distraire / Avertir / Vendre / Transmettre / Éduquer / Instruire / Représenter / Montrer / Expliquer / Convaincre / Opposer / Dénoncer / Transformer / Orienter / Résister / Tromper / Persuader / Rassurer

### Compétences

**Langue française.** Saisir l'intention dominante de l'auteur (informer...) (1363-5) [F4]

**Éducation aux médias.** Prendre conscience que l'image est produite par quelqu'un qui a une intention (2007-10)

## 1.4. Stimuler la réflexion critique, la capacité à comparer, à choisir et à vérifier des hypothèses

### ...✦ Déroulement

Lancez un débat à partir des questions suivantes :

- Avons-nous choisi ce qui était vraiment bien pour nous ?
- Selon quelles valeurs ? Le plaisir, la connaissance ou... ?
- Selon nous, d'autres membres de notre famille auraient-ils fait d'autres choix ? Pourquoi ?
- Le temps passé ici devant la télévision est-il long, court, moyen ? Pourquoi ?

### ...✦ Prolongements

#### Enquête

Lancez une enquête autour des habitudes des spectateurs :

- Sur la base d'une grille de programmes TV, les élèves récoltent les choix de divers groupes de téléspectateurs.
- Ils ciblent, puis classent selon des appartenances à des groupes : selon la génération (des grands-parents, des parents, des adolescents) par exemple.
- Par groupes, ils dépouillent ces résultats, en calculant des durées journalières moyennes, la répartition en catégories d'émissions (émissions documentaires, d'actualités, de fiction par ex.).
- Aidez-les à établir une fiche-type : la télé des grands-parents, des parents, des adolescents. On observe ainsi une inévitable et souhaitable diversité ! On en discute...

#### Interview

Faire interviewer une personne qui n'a pas la télévision chez elle :

Comment peut-on se passer de télévision ? Par quoi la remplace-t-on ? Comment s'informe-t-on ? Comment se distrait-on ?

### Compétences

**Éducation aux médias.** Développer des compétences liées à l'utilisation des médias quel que soit leur support (papier, radio, télévision...) (Définition)

\*Signalétique utilisée pour les compétences :

- entre (...) = références au programme du Ministère de la Communauté française.

- entre [...] = références au programme du Conseil de l'Enseignement des Communes et des Provinces.

# Fiche 2 Les stéréotypes à la télévision

À PARTIR DE « DES IMAGES, POURQUOI ? » PP. 4-5 – « RÉFLÉCHIS ! » PP. 18-19

## Atelier philo

### Enjeux philo

La plupart des émissions de télévision étant de courte durée, la personnalité des personnages mis en scène doit être établie le plus rapidement possible. C'est pourquoi les scénaristes utilisent des **stéréotypes**.

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. Ils permettent de présenter aux téléspectateurs un personnage auquel ils peuvent facilement s'identifier.

**Cependant, le danger de la répétition de telles images fixes est d'amener le public à généraliser le stéréotype.**

Il peut en résulter une fermeture d'esprit affectant les attentes que chacun peut avoir vis-à-vis d'autrui. Par exemple, même si la télévision a amélioré l'image qu'elle projette des femmes, elles continuent dans plusieurs cas à être associées au rôle de l'épouse dévouée ou à celui de la blonde écervelée. De façon semblable, les rôles de personnes âgées, d'homosexuels, de policiers sont souvent stéréotypés.

Il est donc 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. D'autre part, ils doivent analyser la façon dont la télévision traite les gens, faire des relations entre leur propre réalité et celle présentée par les médias et comprendre comment les personnages de la télévision peuvent influencer les idées qu'ils ont sur les vraies personnes vivant dans leur communauté. **Ainsi, les élèves auront moins tendance à croire en des idées préconçues et développeront un esprit critique face aux médias.**

### Questions philo

Tous les garçons se ressemblent-ils ?

Toutes les filles se ressemblent-elles ?

Trouve trois points communs entre deux garçons de ta classe. Est-ce que ces points communs peuvent être généralisés à tous les garçons ?

Trouve trois points communs entre deux filles de ta classe. Est-ce que ces points communs peuvent être généralisés à toutes les filles ?

Pourquoi pense-t-on que certaines qualités sont plus liées aux filles qu'aux garçons ?

Pourquoi certaines activités intéressent plus les garçons que les filles ?

Quels sont les stéréotypes liés aux garçons à l'école ?

Quels sont les stéréotypes liés aux filles à l'école ?

D'où proviennent ces stéréotypes ?

Est-il possible de lutter contre ces stéréotypes ? Comment ?

### Objectifs

- Prendre conscience de la façon dont les médias façonnent la réalité.
- Constater que les représentations médiatiques ne sont pas toujours justes.
- Réfléchir sur ses propres perceptions des différences associées au sexe et comment elles peuvent être influencées par les médias.

## Leçons

### 2.1. Réflexion sur les stéréotypes masculins et féminins

#### ...✦ Préparation

Enregistrez de courts extraits d'émissions de télévision montrant des filles et des garçons. Rassemblez ou demandez aux étudiants d'apporter :

- des bandes dessinées avec des filles et des garçons ;
- des publicités de revues présentant des images de filles et de garçons.

#### ...✦ Déroulement

Divisez la classe en deux : un groupe de garçons et un de filles.

Commencez par présenter vos extraits d'émissions télévisées, puis demandez aux élèves d'examiner les bandes dessinées et les annonces publicitaires des revues.

Demandez aux garçons de faire la liste des caractéristiques, des actions, des intérêts des filles qu'ils voient et demandez aux filles de faire de même à l'égard des garçons.

Pendant que les enfants visionnent les extraits et analysent les annonces et les bandes dessinées,

demandez-leur de répondre aux questions suivantes :

- À quoi ressemblent ces hommes et ces femmes ?
- Que font-ils ?
- Dans les publicités, à quels genres de produits sont-ils associés ?
- Comment s'expriment-ils et de quoi parlent-ils ?

Avec la classe, discutez des observations de chaque groupe. Présentez le concept des stéréotypes et discutez-en avec les jeunes.

Demandez aux enfants :

- Qu'est-ce qui est artificiel dans cette image des garçons et des filles ?
- Quel problème y a-t-il avec les stéréotypes de ce genre ?
- Que pouvons-nous faire pour éviter les images stéréotypées ?

### Compétences

**Langue française.** Traduire en mots un message non verbal (1306)

Découvrir des informations implicites contenues dans des attitudes, dans des slogans (1376-7)

# Fiche 2 Les stéréotypes à la télévision

À PARTIR DE « DES IMAGES, POURQUOI ? » PP. 4-5 – « RÉFLÉCHIS ! » PP. 18-19

## Compétences (suite)

**Éducation aux médias.** Les élèves apprennent à : développer leur esprit critique pour permettre une prise de distance par rapport aux médias ; prendre conscience de la puissance des médias et de la nécessité de les maîtriser (Démarche)  
Identifier les représentations de la famille, des personnes dans les publicités (2033-4)

## 2.2. Jeu de rôle autour de la réalité et des représentations télévisées

### ...✚ Déroulement

Formez deux groupes dans la classe : les garçons et les filles. Organisez un jeu de rôle dans chaque groupe : demandez-leur de jouer une conversation ou une activité à laquelle ils pourraient participer dans la vraie vie. Puis, demandez-leur de la jouer comme si c'était pour la télévision.

### ...✚ Prolongement

Demandez aux enfants de prendre un extrait d'une émission de télévision et de rejouer la scène telle qu'elle se déroulerait dans la vraie vie.

Cet exercice met en lumière les interactions entre les enfants à la télévision et les figures d'autorité comme les parents et les enseignants. Si vos élèves parlaient à leurs propres parents ou enseignants de la manière que les jeunes s'adressent à ces personnes à la télévision, les réactions seraient-elles les mêmes ?

## Compétences

**Langue française.** Dire un texte en modulant la voix pour rendre le récit plus vivant, plus compréhensible (1292-3)  
**Éducation aux médias.** Discerner le vrai du faux, le réel de l'imaginaire dans des publicités télévisées, des films... (2085-8)

## 2.3. Jouer avec les stéréotypes en créant une annonce

### ...✚ Déroulement

Demandez aux enfants de créer leurs propres annonces parodiant les images stéréotypées des garçons et des filles. Par exemple : vanter les mérites d'un nouveau parfum ou d'un produit qui attire instantanément le sexe opposé, d'un livre sur les « bonnes choses à dire » utilisé par les jeunes de la télé que les jeunes pourraient intégrer dans leur propre vie...

## Compétences

**Langue française.** Relever les principales caractéristiques publicitaires (1439)  
Orienter son écrit en tenant compte de l'intention poursuivie (persuader), du projet, du genre de texte [F38-F41-2]

## 2.4. Sensibiliser à l'emploi du mode conditionnel

### ...✚ Déroulement

Créez des situations dans lesquelles les élèves se projettent dans différents rôles : « Si j'étais..., je ferais / j'aurais... ». Par exemple :  
- Si j'étais une fille / un garçon...  
- Si j'étais riche, adulte, âgé, étranger dans cette ville, président...

### ...✚ Prolongement

- Rédiger des textes en rapport avec les situations choisies.  
- Demander de créer un portrait, un dialogue.  
- D'après les consignes données (dessin, collage), créer un personnage qui serait représentatif de la situation choisie et analyser les caractères stéréotypés.  
- Faire des recherches dans la famille : avons-nous les mêmes profils que nos parents, nos frères et sœurs, nos grands-parents ?  
- Analyser des photos de magazines pour vérifier les représentations stéréotypées de la femme, des personnes âgées, des étrangers. Les classer d'après l'image qu'elles véhiculent.  
- Écrire les conclusions en utilisant le conditionnel.  
- Faire un cadavre exquis en binôme. Un élève écrit sur une feuille de papier « Si j'étais X », plie la feuille selon le principe du cadavre exquis et ajoute « Je serais (ou : J'aurais) ». Cette phrase est complétée par son camarade de jeu, qui plie la feuille, écrit à son tour « Si j'étais X », plie la feuille et ajoute « Je serais (ou : J'aurais) », phrase que son camarade complète... Et ainsi de suite.

## Compétences

**Langue française.** Pratiquer des exercices oraux, revoir et approfondir : le conditionnel présent (1673-5)  
Assurer l'organisation et la cohérence du texte en utilisant à bon escient le choix d'un système de temps et de mode approprié [F51]

## 2.5. Observer des images et travailler leur complémentarité avec le texte

### ...✚ Déroulement

Ici, nous proposons, pour les plus jeunes surtout, un simple jeu d'observation et de repérage d'images dans *Philéas & Autobule*.  
Imaginez des devinettes autour des illustrations de la revue qui incitent l'enfant à repérer des images. Par exemple :  
Qui suis-je ?  
- Dans mes premières cases, je souris. Dans les suivantes, je ne souris plus. Dans la dernière, j'ai l'air très fâchée.  
Réponse : Je suis la fille au tee-shirt rouge dans la BD « Juste une illusion » (page 3).  
- J'ai toujours l'air étonné. Sur une image j'ai les bras écartés.

# Fiche 2 Les stéréotypes à la télévision

À PARTIR DE « DES IMAGES, POURQUOI ? » PP. 4-5 – « RÉFLÉCHIS ! » PP. 18-19

Réponse : Je suis Groin, le petit cochon ami de Tof (page 8).

- Les autres rient de moi.

Réponse : Je suis Ludo (page 10).

Amenez vos élèves à repérer des détails dans quelques pages de la revue. Interrogez-les au sujet de ces détails.

Par exemple :

- pages 12-13 : Quel symbole revient régulièrement ?

Réponse : des étoiles. À votre avis, pourquoi l'illustratrice a-t-elle choisi de mettre des étoiles à ces endroits-là ?

- pages 22-23 : Comment les personnages sont-ils habillés ? Pourquoi ? Après quoi court l'homme tout seul ? Pourquoi ?

Amenez vos élèves à identifier les auteurs et les illustrateurs de chaque page. Interrogez-les :

- Qui écrit ? Qui dessine ?

- Peut-on écrire un texte et dessiner à la fois ?

- Repère, dans les pages : des auteurs, des illustrateurs, des auteurs-illustrateurs ?

- Comment, selon toi, l'auteur d'un récit et son dessinateur travaillent-ils ensemble ?

## Compétences

**Langue française.** Associer phrases et images (1393-5)

Anticiper le contenu d'un document en utilisant illustrations, images... [F3]

Relier un texte à des éléments non verbaux [F37]

## 2.6. Sensibiliser les élèves au travail d'illustration

### ...✚ Déroulement

Lisez le récit « Réfléchis ! » (pp. 18-19) à la classe.

Puis, interrogez vos élèves :

- Si vous deviez illustrer ce récit, comment feriez-vous ?

- Quels éléments importants devraient être illustrés ?

- Quels autres éléments l'image peut-elle apporter et que le texte ne dit pas ?

Notez les idées et organisez la réalisation du dessin (éventuellement en ateliers séparés selon des idées divergentes).

Les enfants sont encouragés à avoir une stratégie cohérente, à se donner une fiche de route pour collaborer :

- Choisir une technique (peinture, collage, pastel, dessin noir et blanc) : des albums très divers seront montrés pour faire un choix (réaliste) ;

- S'il s'agit par exemple de dessiner un animal, avoir recours à un modèle ou non, et comment ;

- S'il s'agit d'une succession d'actions du même personnage, veiller à garder le même aspect pour le personnage, chercher tous les indices du texte qui le décrivent au minimum, en imaginer d'autres.

Amenez les élèves à comparer (sans les dévaloriser!), leurs illustrations à celles qui sont proposées dans l'album.

## Compétences

**Éducation artistique.** Produire des dessins pour raconter une histoire (1736)

Représenter des personnages... [A34]

**Langue française.** Repérer l'essentiel d'une histoire, les éléments de description d'un personnage (1422-28)

## 2.7. Pistes d'activités supplémentaires

### ...✚ Français

- Le texte descriptif : portrait.

- Classer des activités souvent stéréotypées.

- Lecture : les stéréotypes dans les BD.

- Argumentations.

- Les différents niveaux de langage.

### ...✚ Éducation aux médias

- Analyse de la forme « publicité ».

- Analyse des objectifs des stéréotypes dans les médias.

- Analyse des sources des documents.

- Analyse de documents visuels : distinguer le croire et le savoir (leçons dans le n°5 de *Philéas & Autobule*).

### ...✚ Histoire

- Analyse de l'évolution des stéréotypes à partir de publicités d'époques différentes. Observer les acteurs, leur comportement, leur discours, leurs vêtements... Repérer les modes vestimentaires, les rôles et les visions de chacun... Cf. publicités ménagères.

### ...✚ Géographie

- Les croyances populaires ne sont pas les mêmes partout...

### ...✚ Divers

- Visite du Palais du Normal et de l'Étrange à Bruxelles.

# Fiche 3 Les valeurs et la télévision

À PARTIR DE « SUBTIL LE CROCODILE! » P. 8 – « DIS MAMAN... » PP. 12-13 – « RÉFLÉCHIS! » PP. 18-19

## Atelier philo

### Enjeux philo

Autrefois, dans les réunions de famille, on racontait des histoires. Pour les enfants, qui écoutaient et posaient des questions, c'était l'occasion de découvrir leur famille et le monde. À travers ces récits, ils apprenaient par exemple les notions du bien et du mal, le sens des responsabilités, le respect des autres et le goût de l'effort. De nos jours, ces histoires sur la vie, sur ses règles, ses épreuves et ses récompenses, nous sont racontées le plus souvent par les médias. Nos téléromans, nos talk-shows, nos animateurs et animatrices vedettes nous rappellent sans cesse les valeurs qui ont cours et ils attaquent par ailleurs nos tabous et nos interdits. **Les émissions pour enfants n'échappent pas à la réflexion sur les valeurs de notre société.** Beaucoup de parents s'interrogent sur le rôle grandissant que joue la télévision dans la vie familiale. Comment aider nos enfants, à travers elle, à découvrir et à comprendre nos valeurs et notre philosophie de la vie? Comment former l'esprit critique de nos enfants pour qu'ils se fassent une idée personnelle et ne se laissent pas influencer?

### Questions philo

Qu'est-ce que la télévision peut vous apprendre sur : le bien et le mal ; le monde ; la justice ; le devoir ; le sens de l'effort ; la famille ; l'amitié ; le respect des autres ; l'humour? Précisez vos sources d'information, c'est-à-dire les programmes télévisés regardés.

Quels messages recevez-vous, à travers les émissions et les publicités, sur la notion de « bien vivre » et sur ce qui est important dans la vie ?

Les maisons, les vêtements et les voitures des personnages télévisuels retiennent souvent l'attention des enfants. Ce sont des symboles d'un niveau de vie auquel, consciemment ou non, beaucoup d'enfants aspirent.

Quels messages recevez-vous comme individu et comme membre d'une famille, d'une communauté, d'une nation? Quelles informations retenez-vous sur la façon de se nourrir?

Les enfants sont tentés de choisir les aliments qui sont promus dans les messages publicitaires, ce qui veut dire qu'ils ne choisissent pas toujours en fonction de leur santé. Environ un quart de tous les messages diffusés à la télévision font la promotion de produits alimentaires, mais on n'y retrouve que rarement des fruits et des légumes frais. Pour la plupart, il s'agit d'aliments de faible valeur nutritive à haute teneur en sucre, en sel et en matières grasses. Les aliments les plus annoncés pendant les émissions pour enfants sont les céréales sucrées. Quel message le petit écran envoie-t-il sur l'importance de l'apparence physique?

Comme les autres médias, la télévision renforce chez les filles le sentiment qu'il faut être belle et mince pour réussir dans la vie et être heureuse. Une étude effectuée en Californie à la fin des années 1980 révélait qu'avant d'avoir terminé l'école primaire plus de 50 % des filles avaient déjà suivi un régime.

Qui sont les héros que la télévision vous offre comme modèles?

Les enfants choisissent souvent comme héros des personnages vus à la télévision : des athlètes, des vedettes de séries policières, des personnages de dessins animés...

### Objectifs

- Interroger les représentations et les valeurs véhiculées par les médias.
- Reconnaître comment les médias fabriquent ces valeurs.
- Comprendre que les médias ne représentent pas toujours la réalité.

## Leçons

### 3.1. Chasse au trésor : identifier et discuter

Stimulez la réflexion de vos élèves sur ce qu'ils voient à la télévision en leur proposant une « chasse au trésor ». L'activité est simple, divertissante, sans limite de temps et convient aux enfants de tous âges.

#### ...✂ Déroutement

##### Pour les tout-petits

Expliquez aux élèves que le jeu consiste à trouver quelque chose à la télévision. Demandez-leur de chercher une seule catégorie d'éléments à la fois, des messages publicitaires par exemple.

Quand ils en auront trouvé quelques-uns (avec votre aide, au besoin), proposez-leur un autre « trésor » à chasser : des messages publicitaires ; des gens de votre âge ; des bons ; des personnes qui font quelque chose d'interdit ; des méchants ; des personnes tristes ; de vraies personnes ; des personnes étonnées.

##### Pour les 6 à 9 ans

Le principe est le même que pour les petits, mais il est étendu : les élèves chassent plus d'une catégorie à la fois et cherchent avec les yeux et les oreilles. Ou bien distribuez à vos élèves une liste de catégories à cocher au fil des découvertes.

Encouragez-les à décrire leurs trouvailles : des familles qui ressemblent à la leur ; quelqu'un qui leur ressemble ; des familles différentes de la leur ; quelqu'un qui se comporte comme eux ; des enfants brillants qui ne portent pas de lunettes ; quelqu'un en fauteuil roulant ; des filles ou des femmes qui font partie des « bons » ; des gestes violents ; des filles ou des femmes qui font partie des « méchants » ; des gestes affectueux.



# Fiche 3 Les valeurs et la télévision

À PARTIR DE « SUBTIL LE CROCODILE! » P. 8 – « DIS MAMAN... » PP. 12-13 – « RÉFLÉCHIS! » PP. 18-19

## Pour les grands

Identifiez des exemples de choses et de situations plus complexes peut être un défi stimulant pour les élèves plus âgés. Pour vous, c'est une bonne occasion de les faire parler. Demandez-leur d'identifier : quelqu'un qui commet un acte illégal ; quelqu'un habillé de façon bizarre ; un stéréotype ; les coiffures de différentes personnes ; une personne ou un personnage qui va à l'encontre du stéréotype ; la colère sans violence (un regard, des paroles) ; la violence sans colère (un tueur à gages) ; les composantes d'un régime équilibré ; une personne au pouvoir ; ceux qui sont toujours les héros ; une personne impuissante ; ceux qui sont toujours méchants ; des personnes de différentes races ; quelqu'un qui s'habille comme votre enfant ; des personnes de différents groupes ethniques.

## Compétences

**Éducation aux médias.** Identifier les représentations de la famille, des personnes dans des publicités, des livres pour enfants... Identifier les valeurs véhiculées par les images (2032-33)

## 3.2. Comparaison entre les familles : réalité et fiction

Aujourd'hui, en Europe, on ne peut plus parler d'un mode de vie unique : nous parlons de familles recomposées, monoparentales, homoparentales... La manière dont les familles sont représentées à la télévision diffère bien souvent de celle observée dans la vie de tous les jours. Basée sur l'analyse d'une émission de télévision, cette activité permettra de voir les distinctions à faire entre les véritables familles et celles de la télé.

### ...✦ Préparation

Élaborez un questionnaire à partir du modèle disponible à la fin de cette leçon (p. 11).

### ...✦ Déroulement

Distribuez le questionnaire en expliquant la consigne.

Une fois le tableau complété, dressez une liste d'émissions de télévision, séries et dessins animés présentant des familles (« Les Simpsons » par exemple). Amenez toute la classe à s'interroger sur ces programmes :

- 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 toujours en train de se chamailler, de s'humilier les uns les autres, ou s'entraident-ils ?
- Est-ce que de vraies familles se comportent comme cela ?
- Comment s'y prend la famille pour résoudre ses problèmes ?

- Croyez-vous que les acteurs agissent de cette manière dans la vraie vie ?
- Cette famille vit-elle comme la vôtre (pour ce qui est de l'habitation, du voisinage et des vêtements) ?
- Les membres de la famille présentée à la télé participent-ils aux activités auxquelles votre famille s'adonne ? Quelles sont les différences ?
- Quel est le membre de la famille traditionnelle qui manque dans cette émission ?
- Comment classerions-nous cette famille ? Faites voter les élèves de la classe et inscrivez les résultats obtenus au tableau sous les catégories « Une vraie famille » ou « Une famille à la télé ».
- Est-ce correct de présenter des émissions de télé sur des familles pas très réalistes ? Repensez à la façon dont vous vous sentiez en regardant certaines de ces émissions. Qu'est-ce que vous retirez de positif de ces émissions, surtout celles dans lesquelles les membres de la famille n'agissent pas comme dans la réalité ? C'est amusant à regarder, cela vous permet de vous évader un peu...
- Pourquoi est-ce que le fait de regarder ces émissions pourrait poser un problème dans le cas de certains enfants ? Ils peuvent penser que c'est comme cela que les autres familles agissent et avoir l'impression que quelque chose ne va pas avec leur famille ou qu'il leur manque quelque chose.

Dites aux élèves de penser à leur propre famille et à ses activités. Demandez-leur de se représenter, eux-mêmes et leur famille, au moyen d'un dessin en train de participer à une activité qu'ils aiment pratiquer ensemble.

## Compétences

**Langue française.** Réagir à des documents en exprimant une opinion personnelle et en la justifiant de manière cohérente [F46]

**Éducation aux médias.** Identifier les représentations de la famille, des personnes dans des publicités, des livres pour enfants... Identifier les valeurs véhiculées par les images (2033)

## 3.3. Pistes d'activités supplémentaires

### ...✦ Français

- Rédaction de textes personnels.  
Ma famille rêvée.  
Quelles sont les activités que je pratique avec ma famille ?  
Qu'est-ce qui ne regarde pas ma famille ? Ai-je droit à mon jardin secret ?
- Expression orale et scénique.  
Mise en scène d'un moment de la vie familiale.  
Création, sur base du vécu des élèves et de lectures, d'une représentation d'une scène familiale. Représentation théâtrale de celle-ci.
- Conjugaison.  
En lien avec le texte « Ma famille rêvée » : le rédiger au conditionnel en effectuant des suppositions, des « si j'avais / si j'étais ».

# Fiche 3 Les valeurs et la télévision

À PARTIR DE « SUBTIL LE CROCODILE! » P. 8 – « DIS MAMAN... » PP. 12-13 – « RÉFLÉCHIS! » PP. 18-19

À partir de recherches historiques : l'utilisation du passé, du présent et du futur.

## ...✦ Géographie

- À partir de recherches documentaires, analyse de la vie de famille dans d'autres cultures.

- Observation d'affiches publicitaires provenant d'Afrique, Asie, Amérique (éventuellement de publicités télévisuelles).

Comparaison avec celles que l'on retrouve ici.

Hypothèses quant aux différences culturelles (du point de vue de la famille).

Vérification de ces hypothèses dans des documents écrits, traitant des familles d'ici et d'ailleurs.

Exposés sur différents modes de vie choisis.

## ...✦ Histoire

- Recherches documentaires sur la famille au fil du temps.

- Enquête au sein des familles.

Préparation d'un questionnaire en classe.

Les élèves font remplir ce questionnaire aux membres de leur famille.

Mise en commun du questionnaire en classe.

Vérification des caractéristiques retirées à l'aide de documents écrits.

- Analyse de la publicité actuelle pour « Dreft ».

Les femmes dans la cuisine à plusieurs époques.

Qu'est-ce qui évolue le plus : le produit ou le statut de la femme dans ces publicités ?

## ...✦ Éducation aux médias

- À partir d'extraits télévisuels, analyser et comparer les différentes familles présentées.

- Établir une liste des différents types de familles que l'on peut retrouver dans la vie courante. Les retrouve-t-on dans les médias ? Sous quelle forme ?

- Débattre : La télévision permet-elle un rapprochement familial ? Est-ce un moment convivial ou au contraire individuel ?

- Analyse des habitudes de vie face à la télévision des enfants d'ici et d'ailleurs.

## ...✦ Éducation artistique

- Réalisation d'une œuvre artistique représentant différentes familles.

# Fiche de l'élève Questionnaire «valeurs et télévision»

SOURCE : RÉSEAU ÉDUCATION-MÉDIAS [HTTP://WWW.EDUCATION-MEDIAS.CA/](http://www.education-medias.ca/)

Décris les membres de la famille présentée dans l'émission de ton choix. Indique leur nom et leur position dans la famille, et décris leur apparence et leur comportement.

Nom du personnage	Position	Description	Comportement

1. Quel est ton personnage préféré?  
Pourquoi?

.....

.....

.....

2. Quel est le personnage qui te plaît le moins?  
Pourquoi?

.....

.....

.....

3. Où cette famille vit-elle? Est-elle riche ou pauvre? Décris sa maison ou son appartement.

.....

.....

.....

4. Que se passe-t-il dans l'émission?

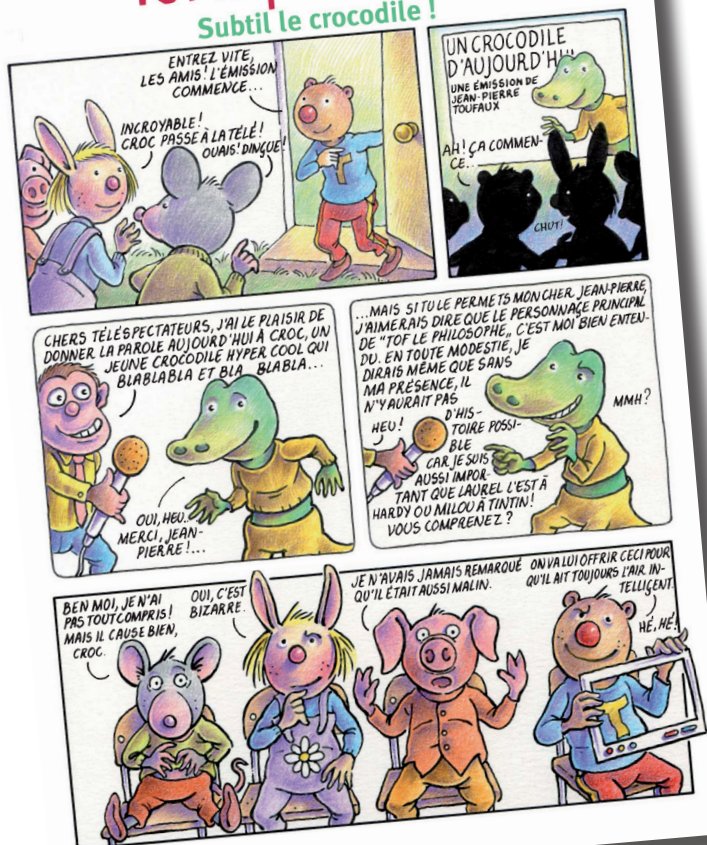
.....

.....

.....

BD

## Tof le philosophe Subtil le crocodile !



8 Texte et illustrations Dominique Maes



## Atelier philo

### Enjeux philo

On entend de plus en plus souvent des enfants dire que leur rêve est de devenir une star. Qu'entendent-ils par là ? Le mot « star » inclut chanteur, acteur, vedette du petit ou du grand écran, sportif de haut niveau, mais également monsieur ou madame « Tout le monde » participant à un jeu télévisé ou un reality show... toute personne ayant fait une apparition plus ou moins brève en télévision en somme. Dans nos sociétés où l'individu compte plus que le groupe, la possibilité de se distinguer constitue un des moyens de « réussite » dans l'existence. Or, toute distinction repose sur une reconnaissance. Il est effectivement possible de devenir célèbre grâce à la télévision et le fait d'y faire un bref passage est un moyen de valorisation. Il y a ceux qui sont devant le poste, la masse des inconnus, et ceux qui sont dedans, reconnus pour des raisons fort différentes. En effet, si certaines personnalités sont invitées à l'antenne pour leurs compétences particulières, il en est autrement des inconnus sans signes distinctifs particuliers qui sont propulsés au devant de la scène tels qu'ils sont ou tels que les émissions veulent les présenter, et qui n'auront pour la plupart que quelques minutes de gloire... mais qui les auront eues...

### Questions philo

Pour quelles raisons peut-on passer à la télévision ?  
Pourrais-tu énoncer 10 raisons différentes de passer à la télévision ?  
Passe-t-on à la télévision parce qu'on est célèbre ?  
Devient-on célèbre parce qu'on passe à la télévision ?  
La télévision peut-elle nous rendre célèbre ? Comment ?  
Penses-tu que les gens qui passent à la télé s'expriment de la même façon que s'ils étaient dans la vraie vie ?  
N'y a-t-il que des gens intelligents à la télé ?  
Comment reconnais-tu les émissions où on invite des gens intelligents à donner leur avis ?  
Connais-tu des émissions où les gens invités ne sont pas choisis pour leur intelligence ?  
Penses-tu que le fait de passer en télé te rendrait plus intelligent ?  
Quel sentiment cela te procurerait-il ?  
Tous les gens qui passent en télé sont-ils connus ?  
Pour quelles raisons certains le sont-ils ?  
Peut-on être connu et ne pas passer à la télé ? Comment ?



## Atelier philo

### Enjeux philo

Les enfants n'éprouvent aucune difficulté à imaginer que les fantômes, les monstres ou des créatures extraordinaires existent. Ils sont également capables d'imaginer des choses qu'ils n'ont jamais vues, mais qui ne sont pas contraires à la réalité. Une fourmi avec 10 000 pattes par exemple, évidemment ça n'existe pas, mais l'enfant sait que les fourmis existent, qu'elles ont des pattes, le fait qu'elles en aient 10 000 pourrait être plausible surtout s'il n'en connaît pas le nombre exact. L'imagination réalise, grâce à des expériences passées ou à des connaissances particulières, l'assemblage de matériaux connus dans une nouvelle organisation.

### Questions philo

- Si une histoire est basée sur des faits, cela la rend-elle vraie ?
- Si quelqu'un invente une histoire, cela veut-il dire que l'histoire peut être vraie ?
- Si une histoire parle d'une chose qui est vraiment arrivée, cela la rend-elle vraie ?
- Si une histoire parle de la manière dont les choses se passent toujours, cela la rend-elle vraie ?
- Si une histoire parle de personnes vivantes, cela la rend-elle vraie ?
- Si une histoire implique des animaux qui parlent entre eux, cela rend-il l'histoire fausse ?
- Si une histoire parle de personnes vivant dans le futur, est-elle fausse ?
- Si une histoire parle d'une chose qui s'est produite il y a mille ans, peut-elle être vraie ?
- Si une histoire ne contient que des faits, est-elle vraie ?
- Si une histoire finit bien, peut-elle être vraie ?



## Atelier philo

### Enjeux philo

Tous les élèves, les filles comme les garçons, doivent prendre conscience que les qualités associées à l'image « cool » sont souvent artificielles, que bien souvent elles sont déterminées par la publicité en fonction de critères associés à la commercialisation.

Il n'est pas possible d'ignorer l'influence qu'ont les médias sur la façon dont nous nous percevons nous-mêmes. Bien que les athlètes, les stars du rock, les vedettes de cinéma et les célébrités ne constituent qu'une très faible partie de la population, leur image est si uniforme et omniprésente qu'ils définissent les normes auxquelles le reste de la population se compare et compare les autres. **Les enfants, qui commencent à peine à forger leur propre identité, sont particulièrement susceptibles d'être influencés par les normes trop souvent irréalistes dictées par les médias.** La glorification constante du corps parfait dans les médias a une telle influence sur l'image de soi que les enfants, et particulièrement les filles, ont souvent une perception très négative de leur corps.

Les enfants ont besoin de comprendre que tout le monde ne peut pas ou ne doit pas ressembler aux personnes que nous présentent les médias, ni agir comme eux. Dans cette leçon, les enfants examineront l'image des vedettes véhiculée par les médias et établiront des comparaisons entre ces images et des personnes bien réelles. Ils seront encouragés à **discuter de l'influence de ces images sur leur vie, en examinant leur perception de ce qui est « cool » et l'opinion qu'ils ont de leur propre corps.**

### Objectifs

- Comprendre l'influence des médias dans la construction des normes de la société qui déterminent ce qu'est la réussite et ce qui est désirable.
- Comprendre le caractère transitoire et superficiel des images et des messages « cool » véhiculés par les médias.
- Comprendre de quelle manière les jeunes sont eux-mêmes influencés par ces images et ces messages.

## Leçons

### 6.1. Définition du terme « cool »

#### ...❖ Déroulement

Demandez aux élèves de déterminer ce qui rend une personne « cool » : s'agit-il de quelque chose qui touche l'aspect extérieur, comme l'apparence ou les vêtements, ou plutôt de quelque chose de plus profond comme le comportement ?

Tous ensemble, les élèves dressent la liste des attributs d'une personne « cool », en s'assurant de ne pas oublier les traits de personnalité, comme l'indépendance, la force de caractère, le fait d'être un bon ami, et quelques caractéristiques externes plus évidentes telles que suivre la mode à la lettre ou bien paraître.

Renforcez l'idée que nous avons tendance à associer le fait d'être « cool » à des attributs extérieurs, alors que pour être vraiment « cool », il faut l'être d'abord intérieurement.

Demandez aux élèves de penser à leurs amis. Sans nommer personne, ils doivent ensuite rédiger une description de leur ami le plus « cool », en expliquant ce qui le rend « cool » à leurs yeux. Rappelez aux enfants qu'ils doivent prendre en considération les qualités intérieures et pas seulement l'aspect physique de la personne.

Les élèves partagent ce qu'ils ont écrit avec le reste de la classe. Expliquez à vos élèves qu'il existe deux types bien distincts de personnes « cool ». Il y a celles qui le sont en raison de leur célébrité ou parce qu'elles sont à la mode, et celles qui le sont naturellement, de par leur comportement.

#### Compétences

**Langue française.** Enrichir le champ lexical... rechercher des éléments de description physique d'une personne (1524-5-6)

Utiliser un vocabulaire précis et adapté à la situation de communication [F61]

### 6.2. Les représentations de ce qui est « cool » et leur influence

#### ...❖ Préparation

Demandez à vos élèves d'apporter en classe des photos de leurs idoles, des personnes qu'ils considèrent « cool ».

#### ...❖ Déroulement

Demandez aux élèves de procéder à une séance de remue-méninges sur la représentation de personnes « cool » dans les médias. Dans la plupart des cas,

# Fiche 6 Être ou ne pas être cool

À PARTIR DE « NUL EN PUB » PP. 10-11

l'aspect « cool » reposera sur la possession d'un objet : la chaussure, le look ou la musique en vogue.

Au sujet des personnes « cool » :

- Quelles sont les personnes ayant la plus grande influence lorsqu'il s'agit de déterminer ce qui est « cool » ? Par exemple, les personnages de la télé ou du cinéma, les stars du rock, les mannequins ou les athlètes.
- Faisons-nous des suppositions au sujet de la vie des gens « cool » ?

Demandez aux élèves combien d'entre eux pensent qu'ils sont influencés par les images de ce qui est « cool » diffusées par les médias.

Dites-leur de jeter un coup d'œil à leurs vêtements et à leur apparence.

- Ont-ils acheté ces chaussures parce qu'elles étaient jugées « cool » ?
- Coiffent-ils leurs cheveux d'une certaine manière parce que quelqu'un qu'ils considèrent « cool » le fait ?
- Que devrions-nous avoir pour être « cool », au dire des annonceurs ?

## ...❖ Prolongement

Demandez aux élèves de regarder les photos de célébrités qu'ils ont apportées.

- Comment ces personnes diffèrent-elles d'eux-mêmes, de leurs amis ou des membres de leur famille ?
- Demandez aux élèves d'imiter les poses de ces célébrités (surtout l'expression faciale). Se sentent-ils « cool » ou ridicules ? Ces poses sont-elles naturelles ou artificielles ?
- Rappelez à vos élèves les deux définitions du qualificatif « cool ». Parmi les célébrités examinées, lesquelles sont considérées « cool » en raison de leur apparence ou de ce qu'elles possèdent et lesquelles le sont en raison de ce qu'elles font ?

## Compétences

**Langue française.** Élaborer des significations en situation de communication : S'exprimer sur un personnage à partir d'une image (1265-7)

Réagir à un document, à des documents visuels, en interaction éventuelle avec d'autres [F46] [F77]

Utiliser et repérer des indices corporels [F91]

## 6.3. Sensibilisation à la notion de minorité et à des représentations mathématiques

### ...❖ Préparation

- Prévoyez des supports divers : magazines de télévision et revues, pour y trouver des photos de personnes.
- Pour représenter « les personnes » (celles dont l'image est dans les médias / les autres), prenez par exemple deux boîtes de Smarties et enlevez tous les Smarties

bleus. Prenez 95 Smarties ordinaires, ajoutez-leur 5 Smarties bleus.

### ...❖ Déroulement

- Demandez aux élèves d'observer les personnes qui sont représentées dans ces médias. Amenez-les à se demander s'il n'y a pas une discordance entre les images des personnes représentées et la réalité de la société. En fait, il y a très peu de gens qui ressemblent aux personnes que l'on voit constamment dans les médias. Pour tout dire, certaines des personnes que les médias nous présentent ne ressemblent en rien à leur image, parce que leurs photos sont retouchées pour les rendre plus attrayantes ou parce qu'elles sont très maquillées et sont photographiées sous un éclairage avantageux.

- Demandez aux élèves s'ils croient que ces images ont une influence sur les gens qui feuilletent ces journaux, qui regardent la télévision ? Laquelle ? Croient-ils que cette influence est voulue par les médias ? Animer un échange à ce sujet :

Que cela nous plaise ou non, nombre d'entre nous sont influencés par ces images, et il se peut que la manière dont nous nous percevons dépende des images véhiculées par les médias. Statistiquement, les gens que nous voyons dans les médias ne représentent que 5 % de la population. Autrement dit, 95 % d'entre nous devraient essayer de ressembler à un nombre infime de personnes.

### Expérience

Présentez les Smarties à vos élèves. Amenez-les à imaginer que les 95 Smarties ordinaires représentent le vrai monde et que les 5 Smarties bleus représentent les types de personnes auxquelles nous devrions ressembler selon les médias. Demandez aux élèves d'expliquer pourquoi ce n'est pas logique. Interrogez-les :

- Les autres couleurs peuvent-elles devenir bleues ? Vous pouvez faire remarquer aux élèves que les couleurs qui s'approchent davantage du bleu, comme le mauve, peuvent à la rigueur passer pour des bleus, mais qu'en est-il des jaunes et des rouges ? Il est tout aussi impossible pour eux de devenir bleus que pour nombre d'entre nous de se conformer aux critères de beauté qui nous sont présentés dans les médias.
- Comment pensez-vous que les individus qui suivent la mode médiatique se sentiront lorsqu'ils constateront qu'ils ne sont pas à la hauteur de l'image dictée par les médias ?

### Représentation mathématique d'une comparaison de grandeurs :

« Pourrions-nous représenter cette répartition des personnes d'une autre manière qu'avec des Smarties ? » Faites écrire sous forme numérique. Montrez, selon le niveau des élèves, diverses manières d'organiser ces données en diagramme, arbre, graphique. Amenez les notions de fractions et/ou de pourcentages. Posez quelques défis comme : « Dans 20 ans, si la proportion de personnes présente dans les médias reste la même,

# Fiche 6 Être ou ne pas être cool

À PARTIR DE « NUL EN PUB » PP. 10-11

combien seriez-vous, dans notre classe, à y être ? (Trouvez-vous cela vraisemblable ? N'y a-t-il pas d'autres facteurs ? etc.). »

Pour finir, partagez les Smarties avec vos élèves et rappelez-leur que les statistiques, cela peut aussi être amusant !

## Compétences

**Mathématiques.** Exprimer, reconnaître, à partir d'une situation vécue, représentée ou libellée en français, l'opération ou les opérations numériques (959)  
Représenter des données par un graphique, un diagramme [M63]

## 6.4. Pistes d'activités pédagogiques supplémentaires

### ...✦ Français

- Rédaction au sujet de ce qui est « cool » ou ne l'est pas, avec justifications.

### ...✦ Géographie

- Observation de photos de pays du Tiers Monde : certains enfants n'ont pas le luxe de vouloir être « cool » du point de vue vestimentaire. Ne peuvent-ils pas être « cool » pour autant ?

### ...✦ Histoire

- Questionnaire pour les grands-parents : par qui étaient-ils influencés lorsqu'ils étaient enfants ?

### ...✦ Éducation aux médias

- Barbie : l'image « cool » dangereuse pour la santé.  
- L'image de soi : observation d'images, selon les situations historiques et géographiques.



# Fiche 7 L'influence de la publicité

À PARTIR DE « NUL EN PUB » PP. 10-11 – « LES IMAGES VOUS PARLENT » PP. 30-31 – « LE CHEWING-GUM BOUM BOUM » P. 32

## Atelier philo

### Enjeux philo

La publicité peut nous irriter mais, bien souvent, elle nous amuse. Nous croyons être la plupart du temps à l'abri de ses effets, mais, dans ses différentes formes, elle est à la fois insidieuse et envahissante. **Il ne suffit pas hélas de dénoncer ses ravages. Encore faut-il être capable de l'analyser.** La publicité impose un modèle de bonheur, en invitant à la surconsommation mais surtout en fabriquant des frustrés. Réduire, frustrer, érotiser, aliéner, récupérer, conditionner, infantiliser, telles sont les grandes manœuvres du dressage publicitaire.

### Questions philo

Fais-tu toujours la distinction entre la publicité et les autres émissions ?  
Quelles différences y a-t-il entre une série télévisée et une publicité ?  
Quelles différences y a-t-il entre le journal télévisé et une publicité ?  
Quels sont les points communs entre la publicité et certaines émissions ?  
Quels sont les buts poursuivis par la publicité ?  
Si une publicité associe une marque de chocolat à la douceur, que veut-elle te faire acheter, de la douceur ou du chocolat ?  
Peut-on acheter de la douceur ?  
Le chocolat est-il forcément lié à la douceur ?  
Le chocolat peut-il évoquer autre chose que de la douceur ?  
Pourquoi, à ton avis, associe-t-on des produits à des sentiments ?  
Comment, à ton avis, associe-t-on des produits à des sentiments ?  
Les publicités disent-elles la vérité par rapport aux produits qu'elles vantent ?  
Existe-t-il des publicités qui ne sont pas destinées à vendre des produits ? En connais-tu ?  
Quel est le but de ces publicités ?  
Aimes-tu les publicités ? Si oui, pourquoi ? Si non, qu'est-ce qui te dérange dans les publicités ?  
Es-tu influencé par les publicités ? Si oui, de quelles manières ?  
La publicité peut-elle changer ton attitude par rapport à certains produits ? Comment ?  
La publicité peut-elle changer ton attitude par rapport aux autres ? Comment ?  
La publicité peut-elle te changer toi ? Comment ?

### Objectifs

- Démontrer que les publicitaires utilisent consciemment des stratégies qui poussent les gens à acheter leurs produits.
- Prendre conscience de l'impact des publicités sur nos habitudes.

## Leçons

### 7.1. L'enfant et la publicité

#### ...❖ Déroulement

À partir de la photo d'enfant reproduite dans le n°21 (p. 31), proposez aux élèves de réaliser : des publicités de divers types (jouets pour enfants, nourriture, hygiène, santé...); un reportage sur un enfant (à l'école, à la maison, enfant prodige, musicien, sportif...); un fait divers mettant en scène un enfant; une information télévisée concernant les enfants, une émission sur les enfants; un jeu télévisé pour les enfants, etc.

À chaque fois, seront analysés : le rapport à la réalité; le contexte précis dans lequel l'enfant est placé; les intentions de l'émetteur; les objectifs poursuivis, etc. Ce travail sera réalisé en équipe et ensuite questionné et jugé par les autres équipes. Les réalisations pourraient servir également de support de questionnement.

#### Compétences

**Langue française.** Imaginer des situations et des dialogues entre des personnages au départ de photos, d'illustrations... (1530-31-32)

Rechercher et inventer des idées (histoires, informations, arguments, textes à visée injonctive...) [F45]

**Éducation aux médias.** Associer image et texte... (2046)

**Éducation artistique.** Représenter des personnages, des objets... Traduire une ambiance [A34-35]

### 7.2. Regards sur la publicité concernant les aliments

#### ...❖ Préparation

Enregistrez des publicités alimentaires destinées aux enfants. Découpez des publicités concernant la nourriture dans des revues. Prenez note de quelques slogans associés à des produits connus.

#### ...❖ Déroulement

##### Discussion guidée : les différents types de publicité

Regardez et analysez avec les élèves quelques publicités de produits connus. Les questions suivantes pourraient être utilisées pour alimenter la discussion :

- Combien de techniques différentes peux-tu identifier dans ces publicités ? Par exemple, est-ce que les

# Fiche 7 L'influence de la publicité

À PARTIR DE « NUL EN PUB » PP. 10-11 – « LES IMAGES VOUS PARLENT » PP. 30-31 – « LE CHEWING-GUM BOUM BOUM » P. 32

entreprises ont utilisé de l'animation, des trucages, des cadrages, de la musique, des couleurs vives ou encore des célébrités pour mettre leur produit en valeur?

- Comment ces techniques influencent-elles ta vision du produit? Te donnent-elles envie de te le procurer? Souvent, afin de créer ce besoin, les publicitaires associent leur produit au « pouvoir » qu'ils pourraient donner à l'enfant.

- Pourquoi les fabricants ont-ils intérêt à ce que leurs publicités te donnent envie d'acheter leurs produits?

## **Autour des « héros publicitaires »**

Dressez au tableau une liste des personnages de publicités alimentaires préférés des enfants comme Tony le tigre, l'abeille de Cheerios, Quicky de Nesquick, etc. Demandez-leur d'identifier ce qu'ils aiment le plus de ces personnages ou faites-les voter pour leur personnage préféré.

Demandez à vos élèves d'inventer un nom et de créer un personnage publicitaire pour l'aliment de leur choix. Par la suite, demandez-leur de dessiner leur personnage avec son aliment.

## **L'art de la persuasion**

Expliquez aux élèves que les publicitaires composent des musiques ou des slogans accrocheurs pour encourager les consommateurs à penser à leurs produits. Écrivez au tableau le début de quelques slogans populaires et demandez ensuite aux élèves de les compléter et d'identifier à quel produit ils sont associés.

Demandez aux élèves de trouver d'autres slogans publicitaires ou encore d'en créer un. Comme activité complémentaire, suggérez-leur de composer leur propre musique publicitaire pour leur aliment préféré.

## **Compétences**

**Éducation aux médias.** Prendre conscience que l'image est produite par quelqu'un qui a une intention... (2007-10)  
Prendre conscience qu'un son peut évoquer un objet, un sentiment, un personnage... (2065-7)

**Langue française.** Relever des mécanismes de persuasion et de séduction utilisés par des médias (1439)

## **7.3. Observer des images et travailler leur complémentarité avec le texte : Nul en pub**

### **...✚ Déroulement**

Avant la lecture du récit « Nul en pub » (pp. 10-11), observer et questionner les illustrations :

- Que peut représenter cette illustration avec tous les enfants?
- À ton avis, que pense le garçon au premier plan? Et que pensent les 5 autres garçons? Penseraient-ils tous la même chose?
- Avec quoi jingle cet animal (quel animal?) à bicyclette?

- Qui est le personnage qui tend le doigt? Parle-t-il? Que pourrait-il dire? Que va répondre ou comment va réagir l'enfant?

- Quelles sont les raisons qui nous font comprendre et interpréter l'image de telle ou telle manière (notre vécu, nos connaissances, nos goûts...)? Sans avoir lu le texte, on croira par exemple que c'est le père de l'enfant qui tend le doigt (c'est une situation plus souvent vécue). On pourra deviner qu'il parle et émettre quelques hypothèses sur ce qu'il dit : « Éteins la télé, maintenant c'est fini » ou « La pub c'est nul » (en s'appuyant sur le titre qu'il est difficile de ne pas voir).

Puis, lire le texte pour vérifier les hypothèses. Considérer comment le texte amène des éléments nouveaux. Souligner qu'un contenu implicite du texte peut être mis en relief par l'image (les sentiments de Ludo) ou inversement.

Si les enfants sont intéressés par cet aspect interprétatif de l'image, c'est le moment pour réunir une série d'albums sur la même histoire (un conte connu et faisant l'objet de divers albums disponibles en bibliothèque par exemple) :

- Comment ces illustrateurs ont-ils perçu et voulu rendre la même histoire? Qu'est-ce qui les différencie?

### **...✚ Prolongement**

Consigne : Tu es Ludo. Tu t'es juré de ne plus être « nul en pub »... Écris la suite et la fin de l'histoire à la première personne.

Trouver la suite du texte de Michel Piquemal (disponible aux éditions Rue du Monde) et la comparer avec les productions de la classe.

## **Compétences**

**Éducation aux médias.** Prendre conscience du rôle de l'image... (2039-41)

**Langue française.** Dégager les informations implicites contenues dans des attitudes et construire une information précisant les personnages (1376-7-8)

**Éducation artistique.** Décoder des langages (composition, gestes) utilisés pour construire des images médiatiques [A9]

## **7.4. Observer des images et travailler leur complémentarité avec le texte : Le chewing-gum Boum Boum**

### **...✚ Déroulement**

Relevez les éléments importants dans chaque case :

- Fête, musique, foule multiculturelle : devient-on cool grâce à Boum Boum?
- Célébrité assaillie de micros : Boum Boum, le chewing-gum des stars?

# Fiche 7 L'influence de la publicité

À PARTIR DE « NUL EN PUB » PP. 10-11 – « LES IMAGES VOUS PARLENT » PP. 30-31 – « LE CHEWING-GUM BOUM BOUM » P. 32

- Superman avec un B comme Boum Boum sur le torse : Boum Boum rend-il fort comme superman ?
- Expérience en laboratoire : Boum Boum est-il vraiment bon pour la santé ?

Quelle impression d'ensemble se dégage de chaque case ? Comment est-elle donnée ? Texte et image se renforcent l'un l'autre pour nous emmener dans un monde lisse, impersonnel, stéréotypé :

- Le texte avec des mots qui évoquent d'abord le plaisir (vacances, fête), le désir (vedette, héros) puis la santé (bon pour la santé, analyses...).
- Les images (représentations stéréotypées des vacances, de la fête, des vedettes et héros, de l'analyse scientifique) sont très simples, se comprennent très rapidement. Les couleurs (« chewing-gum », acidulées, fluo) sont attrayantes et vives, le trait est très simple.

## ...✚ Prolongements

- CEM (Conseil de l'Éducation aux Médias), *Comprendre la publicité – Éducation critique*. Une brochure et un CD pour s'informer et travailler en classe, dont 18 fiches d'activités destinées à l'enseignement fondamental. On peut télécharger brochure, fiches didactiques, clip et images publicitaires à l'adresse suivante : [www.cem.cfwb.be/brochure\\_pub\\_down](http://www.cem.cfwb.be/brochure_pub_down)
- Quelques leçons :  
[www.enseignons.be/fondamental/preparations-18-lire-une-publicite-10526.html](http://www.enseignons.be/fondamental/preparations-18-lire-une-publicite-10526.html)  
[www.enseignons.be/secondaire/preparations-29-publicite-message-subliminal-2765.html](http://www.enseignons.be/secondaire/preparations-29-publicite-message-subliminal-2765.html)  
[www.enseignons.be/secondaire/preparations-72-roles-hommes-femmes-3634.html](http://www.enseignons.be/secondaire/preparations-72-roles-hommes-femmes-3634.html)

## Compétences

**Éducation aux médias.** Distinguer, sur différents supports (publicités...) ce qui relève de l'illustration et du texte (1992)  
Identifier les représentations des personnes dans des publicités, identifier les valeurs véhiculées par les images (2033-4)

## 7.5. Pistes d'activités pédagogiques supplémentaires

### ...✚ Français

- Création de slogans publicitaires.
- Analyse de textes de propagande.
- Rédaction de poèmes sur les fruits et les légumes.
- Les textes injonctifs.
- Vocabulaire : certains mots sont souvent utilisés dans les publicités.

### ...✚ Éveil historique et géographique

- La société de consommation : évolution historique, situation géographique.
- La globalisation.
- Les conséquences de certaines propagandes.
- Histoire de la publicité : analyse de publicités anciennes sur les produits alimentaires.
- Observations de publicités dans le monde : même produit, publicité différente... pourquoi ?

### ...✚ Art

- Création d'affiches publicitaires pour des aliments sains.

### ...✚ Éducation aux médias

- Création de publicités pour une alimentation saine : affiches, radio, télévision, journaux.
- Les médias et l'image de soi : problèmes alimentaires dus aux publicités.
- Pourquoi certaines publicités marquent-elles plus que d'autres ? Analyse des émotions ressenties.

# Fiche 8 L'image de soi à travers les médias

À PARTIR DE « MIROIR, MON BEAU MIROIR... » PP. 16-17

## Atelier philo

### Enjeux philo

Que ce soit avec des caméras numériques ou des téléphones portables, tout le monde filme, tout le monde est filmé... Jamais nous ne nous sommes autant vu !

**Jamais, dans l'histoire, le narcissisme n'a été autant nourri que de nos jours.** Parallèlement, on observe que ce phénomène est facteur d'inquiétude et de stress, ou de timidité, comme on peut le voir chez nos enfants.

### Questions philo

Comment peut-on voir l'image de soi ?

Peut-on voir son propre visage ?

Quels sont les instruments qui permettent de voir son visage ?

Quand tu te regardes dans un miroir, est-ce que le miroir te regarde ?

Quand tu regardes un portrait de toi, est-ce que tu te reconnais comme dans un miroir ?

Peut-on faire confiance au portrait de soi fait par un copain de classe ?

Peut-on faire confiance à une photo de soi ?

Peut-on faire confiance à l'image de soi que reflète le miroir ?

Et si le miroir est un menteur ?

Pour se voir soi-même, faut-il le regard des autres ?

### Objectifs

- Quelle image se fait-on de soi-même, quelle image les autres se font-ils de nous, quelle image des autres avons-nous ou, comment par un jeu d'autoportraits, mesurer le décalage possible entre ces regards croisés.

## Leçons

### 8.1. Quelle image de moi ? Des portraits à décrire et reconnaître

#### ...❖ Déroutement

##### Apprendre à mieux se regarder l'un l'autre.

Les élèves, par paires où chacun se place à environ un mètre de l'autre, s'observent en silence durant un temps limité (à réduire au fil des expériences). Ensuite chacun se retourne et modifie un petit détail dans son apparence (un bord au pantalon, la montre changée de bras, la mèche derrière l'oreille...). Au signal, chacun se replace face à l'autre et, à tour de rôle, repère le changement. Refaire l'expérience quelques fois en changeant de partenaire.

##### Reconnaître un portrait sommaire.

Par équipe de quatre, choisir en secret un élève de la classe. Se mettre d'accord sur un portrait sommaire et l'écrire. Il s'agira de présenter 5 détails de l'apparence (2 traits du visage, 2 caractéristiques d'allure générale, 1 détail des vêtements).

De retour en plénière, chaque équipe présente son portrait à la classe. L'élève qui a trouvé à qui attribuer ce portrait énonce les indices qui l'ont aidé à deviner. On peut demander l'avis de la personne dépeinte : aurait-elle dit cela ?

Il est intéressant de disposer d'un lexique d'adjectifs pour qualifier les traits du visage et l'allure (voir fiche de l'élève page 22).

##### Écrire son autoportrait.

Consigne : rédige ton autoportrait. N'oublie pas de décrire aussi ton caractère. Tu peux utiliser des métaphores : si j'étais un ... (animal ou...), je serais un ... (en précisant éventuellement pourquoi).

#### ...❖ Prolongements

##### Écrire son portrait sous forme d'acrostiche.

Un acrostiche est un poème dont la première lettre de chaque vers se lit de manière verticale en formant un mot. Ici, le prénom. On peut proposer un parti pris : ce portrait de soi doit être élogieux ! Un exemple peut être proposé, en laissant le choix entre le « tu » ou le « je » :

Joyeuse ton humeur

Unique ton rire

Lumineux tes yeux

Irradiant ton sourire

Eblouissants tes cheveux

Touchant ton regard

Tendres tes gestes

Emouvante Juliette

*Français Pluriel, Production d'écrits CM1, éditions Sed – Les écrits poétiques, pp. 80-87*

# Fiche 8 L'image de soi à travers les médias

À PARTIR DE « MIROIR, MON BEAU MIROIR... » PP. 16-17

## Écrire son autoportrait sous forme d'un calligramme.

Un calligramme est un poème présenté sous forme de dessin. Les vers sont disposés pour représenter l'objet du poème, ici ce sera l'ébauche d'un autoportrait (visage ou silhouette) dessiné. Voir les calligrammes de Guillaume Apollinaire, dont « Reconnais-toi, cette adorable personne c'est toi... » dans *Poèmes à Lou* ou sur Internet : <http://commons.wikimedia.org/wiki/File:Calligramme.jpg>.

N. B. Ces écritures d'autoportraits peuvent être transformées en portrait d'un ami, à lui offrir.

## Compétences

**Langue française.** Orienter son écrit en fonction de la situation de communication : écrire un portrait (1517)  
Utiliser et repérer des indices corporels [F91]

## L'allure, la silhouette

Agile, souple, gracieux  
Chic, élégant, séduisant  
Corpulent, gros, rond  
Court, mignon  
Distingué, affecté  
Dodu, grassouillet  
Élancé, dégingandé, longiligne  
Fin, mince, maigre, gracile, filiforme, sec, svelte, fluet  
Fort, massif, imposant, puissant  
Frimeur, poseur  
Grand, haute silhouette, échalas  
Hautain  
Nerveux, remuant  
Noble, digne  
Petit, pas grand, trapu  
Posé  
Raide, compassé  
Soigné, tiré à quatre épingles, coquet

## Le caractère, l'air

Affable, avenant  
Agressif, colérique  
Aimable, courtois, poli  
Amical, sympathique  
Autoritaire, directif  
Angoissé, inquiet, nerveux  
Attentionné, prévenant  
Calme, tranquille, pondéré, réfléchi, raisonnable, modéré  
Chaleureux, ouvert, optimiste  
Coquin, blagueur, taquin, moqueur, narquois  
Courageux, brave, audacieux  
Discret, effacé, simple  
Flegmatique, placide  
Gai, joyeux, enjoué, jovial, hilare  
Généreux, altruiste  
Gentil, agréable  
Heureux, satisfait  
Passionné, curieux  
Rêveur, distrait  
Tendre, affectueux

## Le visage, les traits

Angélique, innocent, naïf  
Anguleux ou rond ou ovale ou carré (visage)  
Busqué, droit, retroussé (nez)  
Buriné  
Charnue, mince (bouche)  
Cordial, ouvert, franc, bonne mine  
Délicat, joli, ravissant  
Doux ou dur, sévère  
Hâlé, bronzé  
Mélancolique, renfrogné, boudeur  
Rieur, mutin  
Pâle, pâlot, mine de papier mâché  
Radieux, rayonnant  
Teint frais ou blême, blafard, livide

## Les cheveux, la chevelure

Ondulés à bouclés, frisés, crépus  
Raides à lisses, souples  
Long, mi-longs  
Coupés court, ras  
Hirsutes, hérissés, touffus  
Rares, clairsemés  
Tirés, attachés



## Atelier philo

### Enjeux philo

Cette allégorie nous livre **une double métaphore, celle de la recherche du vrai et celle de l'opinion**. Les prisonniers n'ont pas besoin de chaînes : elles sont forgées par leur foi dans ce qu'ils voient. Leur pseudo-savoir (celui des ombres) est précisément ce qui les tient prisonniers. C'est d'ailleurs pour cela que, seuls, ils ne pourront entreprendre de quitter la caverne. Il faudra doucement les forcer à regarder du côté de la lumière.

Le texte de Platon met en évidence le fait que **connaître, progresser vers le vrai, c'est reconnaître ce que l'on croit déjà savoir comme une erreur**. Qu'est-ce que quitter l'opinion pour progresser vers le vrai ? C'est, par une attitude critique portée sur nos représentations, rechercher à réaliser l'accord de la pensée et du réel. C'est reconnaître que cet accord n'est jamais que partiel, relatif et caduque. C'est laisser la porte ouverte à une contestation ultérieure de cette vérité (étape nécessaire, mais provisoire, dans le progrès des connaissances). Cette définition affirme le primat de la pensée rationnelle sur toutes les autres formes d'accès au réel (sensibilité, imagination, croyance).

### Questions philo

Tes yeux peuvent-ils voir tout ce qui existe ?  
Tes yeux peuvent-ils te tromper ?  
Comment peut-on être sûr que les choses existent ?  
Connais-tu toutes les choses que tu vois ?  
Comment connais-tu toutes les choses que tu sais ?  
Dois-tu croire tout ce qu'on te raconte ?  
Dois-tu croire tout ce qu'on t'apprend ?  
Les choses que tu connais, les as-tu toutes apprises ou en as-tu découvertes tout seul ?  
Les choses que l'on découvre existent-elles avant qu'on les découvre ou commencent-elles à exister lorsqu'on les découvre ?  
Cherche-t-on toujours à découvrir de nouvelles choses ?  
Est-on sûr de tout ce que l'on sait ?  
Y a-t-il des choses que l'on sait dont on n'est pas tout à fait sûr ?  
Comment peut-on être sûr de quelque chose ?  
De quoi peut-on être absolument sûr ?  
Quelle différence fais-tu entre croire quelque chose et être sûr de quelque chose ?

### Objectif

- Faire vivre la distinction qui existe entre vivre réellement une situation et la projection virtuelle qui peut en être faite.

## Leçons

### 9.1. Observer des images et travailler leur complémentarité avec le texte

#### ...❖ Déroulement

Après lecture du récit, faites examiner les illustrations. Demandez à vos élèves d'observer et d'interpréter l'illustration du fond de la caverne :

- Vous aide-t-elle à mieux comprendre le texte ? En quoi ?
- Vous aide-t-elle à comprendre quelque chose qui n'est pas dit, directement, dans le texte ?

Quelques observations :

- Le public dans les gradins regarde le spectacle du monde. Comme au cinéma, ce n'est pas la « vraie vie », c'est une « projection », c'est « sans relief ». Les spectateurs sont extérieurs à ce qui se passe, ils sont passifs, sans interaction... Il y a aussi une docilité, un anonymat, un conformisme. On peut penser à un conditionnement.
- On reconnaît un escargot, mais l'image est démesurée. Le spectacle n'est pas passionnant.
- Le personnage au fond de « la salle » tourne le dos : refuse-t-il de suivre les autres et de se laisser « mettre en boîte » ? Peut-être réfléchit-il ? Peut-être rêve-t-il de ce qui pourrait bien exister hors de la caverne ? Observons le personnage sorti de la grotte : quel est le contraste avec l'autre image ? Il court après un papillon, mobile, curieux, libéré. Le dessin évoque une nature luxuriante. L'image est riche de sens, elle suggère au-delà des mots, elle complète le texte.

#### ...❖ Prolongements

##### Se projeter dans l'histoire.

Vous êtes ce personnage... Que dites-vous ? Que faites-vous ?

Proposez aux élèves d'endosser le rôle du personnage principal et d'imaginer qu'il écrit dans son journal pour raconter ce qui lui est arrivé, ou que le lendemain, déçu par l'attitude des autres, il prend une décision...

##### Interpréter le sens du mythe.

Que veut nous expliquer Platon en nous racontant cette histoire ? Stimulez l'échange pour amener des interprétations, puis prendre connaissance du « pavé » d'information.

### Compétences

**Langue française.** Dégager les informations implicites contenues dans des attitudes et construire une information précisant les personnages (1376-7-8)

**Éducation aux médias.** Lire des images : distinguer ce que je vois de ce que je comprends ; distinguer ce que je vois de ce que je ressens (2003-4)

# Fiche 10 De la dépêche à l'article

À PARTIR DE « DES PAVÉS DANS LA MARE » PP. 24-25 – « À LA POINTE DE LA PLUME » PP. 33-35

## Atelier philo

### Enjeux philo

Parler des métiers de l'information et du statut de l'image amène forcément à mettre en évidence le statut de la vérité. Où les journalistes dénichent-ils les nouvelles ? Comment sélectionnent-ils une information ? Comment est-elle traitée ? Celle-ci reste-t-elle fidèle à la vérité ? Les articles des rédacteurs et les images des reporters sont-ils retravaillés, avec quelles techniques, quelles intentions ? Comment dès lors, l'enfant peut-il se faire une opinion... en qui ou en quoi peut-il avoir confiance ?

### Questions philo

Quand tu vois des images de guerre, que comprends-tu de ce que tu vois ?  
Te poses-tu des questions par rapport à ce que tu vois ?  
As-tu des réponses à tes questions ?  
Les images parlent-elles toutes seules ?  
Les images représentent-elles la réalité ?  
Doit-on croire ces images ? A-t-on toujours envie de voir ces images ?  
Quand tu regardes ces images, peux-tu te faire une idée de qui a raison et qui a tort ?  
Peut-on faire confiance aux personnes qui nous montrent ces images ?  
T'arrive-t-il de parler à quelqu'un des images que tu vois ?  
Si oui, à qui ?  
La télévision montre-t-elle des images qui ne sont pas faites pour les enfants ?  
Certaines images te donnent-elles envie de parler ou t'en empêchent-elles ?  
La télévision te montre-t-elle le monde entier ou une partie du monde ?  
Est-ce possible de tout montrer ?  
Les journalistes te racontent-ils la vérité ou leur vérité ?  
Peut-on voir la réalité avec les yeux de quelqu'un d'autre ?  
Les journalistes peuvent-ils faire des erreurs ?  
Les journalistes peuvent-ils raconter des mensonges ?  
Suffit-il de voir pour comprendre ?  
Si tu vois une image dont on ne te dit rien, pourras-tu la comprendre ?  
Est-ce que ce sont les images ou les mots qui disent la vérité ?  
Les images peuvent-elles mentir ? Comment ?  
Y a-t-il une différence entre se tromper et mentir ?

### Objectif

- Apprendre les principes de base de l'écriture d'information et tenir compte de la spécificité de chaque média : unité de temps, rythme, message essentiel pour l'écriture radiophonique ; unité de temps, message essentiel et images prétextes, illustratives ou informatives pour l'écriture télévisuelle ; message essentiel, commentaire, habillage de l'article et niveau de lecture pour l'écriture de presse écrite.

Cette fiche s'inspire de l'ouvrage : *Les dessous de l'info*, de Mélina Gazsi et Florence Vielcanet, coll. Hydrogène, Martinière Jeunesse, ainsi que d'autres ouvrages sur la presse et les médias disponibles dans notre centre de documentation (Cedoc - Wavre).

## Leçons

### 10.1. Mise en situation

#### ...✦ Déroulement

Faites le relevé des différentes communications verbales et non verbales rencontrées dans une journée :

- Qui communique avec qui ?
  - Quels sont les moyens de communication utilisés ?
  - Que communique-t-on avec l'un ou l'autre moyen ?
  - Qu'est-ce qui empêche/pourrait empêcher ces communications ?
  - En quoi et dans quelles circonstances la liberté d'expression est-elle entravée ?
- Discussion libre dans laquelle chacun donne son avis en le justifiant par des exemples.

#### Compétences

**Langue française.** Découvrir et donner les éléments principaux d'un message (1321)  
Identifier les moyens non-verbaux (1327)  
Orienter sa parole et son écoute en fonction de la situation de communication [F67-70]

### 10.2. Comparer des interprétations différentes du même événement

#### ...✦ Déroulement

Consigne : les médias donnent souvent des versions différentes d'un même événement. Voici une anecdote simple, qu'il s'agit de réécrire selon diverses perspectives, donnée ci-dessous :  
« Pierre a été au magasin pour acheter un morceau de gruyère. Il a bien regardé dans les rayons, mais il n'a rien trouvé. Alors il a choisi un autre morceau de fromage. Mais comme un employé du magasin passait par là, Pierre lui a demandé s'il savait où il y avait du gruyère.



# Fiche 10 De la dépêche à l'article

À PARTIR DE « DES PAVÉS DANS LA MARE » PP. 24-25 – « À LA POINTE DE LA PLUME » PP. 33-35

Ce dernier, sans s'arrêter ou même regarder Pierre, lui a répondu en s'en allant que ce n'était pas son rayon. Pierre lui a lancé de loin « Merci pour votre aide ! », l'employé s'est retourné et lui a répondu : « De rien ». Agacé, Pierre a lancé le morceau de fromage qu'il tenait à la main sur l'étalage, et en passant devant la caissière lui a dit qu'il ne remettrait plus jamais les pieds dans ce magasin. »

Raconte de nouveau cette histoire selon les points de vue suivants :

Pierre au moment où tout cela se passe

Pierre en arrivant chez lui, une demi-heure plus tard

Pierre un an plus tard

L'employé

La caissière

Une caméra qui observe le magasin

Le morceau de fromage

Un autre client, qui a observé la scène

L'employé d'un magasin concurrent venu pour espionner

La mère de Pierre, qui a observé la scène

La bouteille de lait qui se trouve en face du rayon des fromages

Un extra-terrestre qui en observant les humains verrait cette scène

Le gérant du magasin, qui a observé la scène

Un psychologue, qui a observé la scène

## Compétences

**Langue française.** Transformer une histoire lue ou entendue en tenant compte de plusieurs indices (1292-3)  
Rechercher et inventer des idées [F45]  
Orienter sa parole en tenant compte des interlocuteurs, des modalités de la situation... [F68-70]

## 10.3. Initiation à l'écriture journalistique

### ...✦ Préparation

#### Matériel

Un ordinateur avec accès Internet, une imprimante

Photocopies des dépêches (disponibles sur le site Internet de l'agence Belga)

Reportage télé enregistré

Un magnétoscope

Un magnétophone muni d'un micro

Un caméscope

Des dépêches sur les médias sont disponibles à l'adresse suivante : [www.dgmic.culture.gouv.fr/afp/francais/topics/internet/index.php](http://www.dgmic.culture.gouv.fr/afp/francais/topics/internet/index.php)

### Éclaircissements

Avant de se lancer dans l'élaboration d'une dépêche, il est intéressant d'évaluer l'état des connaissances de vos élèves sur le sujet. Voici quelques questions qui pourraient être posées :

- Comment les journalistes sont-ils informés ?
- Qu'est-ce qu'une agence de presse ?
- Qu'est-ce qu'une dépêche ?

### Quelques principes de base de l'écriture journalistique

L'écriture de la dépêche obéit à des règles précises : **clarté, simplicité, concision, précision.** Sont retenus les faits essentiels, sans commentaires. La dépêche doit d'abord répondre à six questions de référence sur ce qui s'est passé : **qui ? quoi ? quand ? où ? pourquoi ? comment ?** Les éléments d'information d'une dépêche sont présentés en ordre décroissant d'importance. Les précisions n'apparaissent qu'ensuite. C'est l'ordre dit de la « **pyramide inversée** ». Une composition qui permet aux utilisateurs de ne retenir que ce qui les intéresse.

NB : cette activité permet notamment de travailler de manière approfondie **les structures de phrases.** Par exemple, un journaliste doit rédiger des phrases courtes et percutantes. Il doit également ponctuer pour raccourcir et utiliser le mot juste (ex : Il lui a payé ce qu'il lui devait = Il l'a remboursé).

### ...✦ Déroulement

Avec vos élèves, analysez comment un même événement est traité dans un journal papier, dans un bulletin radio et/ou dans un journal télévisé. Ensuite, divisez la classe en groupes et demandez-leur d'écrire une dépêche à partir des documents précédemment étudiés.

### ...✦ Prolongements

Voir fiche de l'élève ci-après (pp. 26-27).

Avec les élèves, comparez un flash radio et un article correspondant au même sujet dans la presse écrite. Selon l'âge des élèves, plusieurs types d'exercices peuvent être réalisés :

- Faire observer le plan de la dépêche.
- Rédiger une brève : court article sans titre répondant en un minimum de mots aux questions : qui ? quoi ? quand ? où ? pourquoi ? comment ?
- Rédiger un article à partir de dépêches.
- Rédiger un flash radio.
- Réécrire un article pour un journal écrit, radiodiffusé ou télévisé à partir des dépêches relatant un événement.

## Compétences

**Langue française.** Dégager les informations essentielles (1373)

Orienter son écrit en fonction du projet, du contexte de l'activité, du genre de texte choisi ou imposé [F41-2]

Assurer l'organisation et la cohérence du texte [F47-58]

# Fiche de l'élève De la dépêche à l'article

À PARTIR DE « DES PAVÉS DANS LA MARE » PP. 24-25 – « À LA POINTE DE LA PLUME » PP. 33-35

« Journée endeuillée par un triste accident à Dinant, où un jeune garçon de nationalité hollandaise, est décédé après avoir été heurté de plein fouet par un rocher d'environ 30 kilos. L'enfant se trouvait à bord d'un télésiège lorsque le bloc l'a percuté.

Des questions se posent d'ores et déjà pour définir les responsabilités de ce malheureux accident survenu sur le site touristique de Mont-Fat. »

**Essaye maintenant de compléter ce tableau :**

Qui ?	
Quoi ?	
Où ?	
Quand ?	
Comment ?	
Pourquoi ?	

As-tu pu répondre à toutes les questions ?

Souhaiterais-tu être informé davantage sur l'incident ? Quels renseignements aimerais-tu obtenir ? Formule les questions que tu te poses encore au sujet de ce fait divers.

Tu vas maintenant raconter ce fait divers à tes condisciples. Si tu confrontes ton récit avec celui qui a été lu par ton professeur, que constates-tu ? Quelles sont les informations qui ont été conservées ? Quelles sont celles qui ont été transformées ou qui ont disparu ? Que peux-tu en conclure ?

# Fiche de l'élève De la dépêche à l'article

À PARTIR DE « DES PAVÉS DANS LA MARE » PP. 24-25 – « À LA POINTE DE LA PLUME » PP. 33-35

**Prends maintenant connaissance de la relation du même fait divers par la presse écrite :**

Un acte stupide. Et crapuleux ?

## Dinant : un enfant tué par la chute d'une pierre

Samedi, vers 14 h, un jeune Hollandais a été mortellement blessé par la chute d'une pierre au moment où il prenait place sur le télésiège qui relie la rue En Rhée, en ville, au parc d'attractions de Mont-Fat, sur le plateau qui surplombe la Meuse. L'enfant, David Westerlink (9 ans), originaire de la région de Maastricht (Em Elsloo) était déjà installé sur le télésiège, et son père s'appropriait à faire de même pour escalader le flanc de la vallée lorsque le préposé de l'installation eut son attention attirée par le bruit causé par la chute d'un bloc de pierre. Il eut seulement le temps d'écarter le père de la trajectoire du projectile mais ne put rien faire pour l'enfant, frappé en plein visage.

*Cet accident est totalement étranger à l'exploitation de notre attraction,* précise M. Henri de Frahan, directeur du télésiège Montfort SA.

*Nous avons pu déterminer en soirée que ce projectile, un moellon d'une quarantaine de*

*kilos provenait d'un vieux mur situé une centaine de mètres plus haut, hors du domaine de Mont-Fat. L'empreinte de ce moellon est bien visible sur le plateau. La pierre qui était enfoncée de 6 cm dans le sol, a dû être soulevée et poussée avant de dévaler dans la vallée. Nous disposons d'ailleurs de témoignages dans ce sens.*

Toujours selon M. de Frahan, ces témoignages mettent en cause deux individus qui faisaient apparemment partie d'un groupe d'une quinzaine de personnes et qui se sont éclipsés aussitôt après les faits.

La gendarmerie a bien sûr été informée de ce constat. Il arrive que des pierres soient jetées des hauteurs vers la ville, mais c'est presque toujours le fait de petits garnements et ces gestes irréfléchis restent heureusement sans conséquence fâcheuse, précise-t-on encore à la direction du télésiège.

P. H.

Le Soir, 16.08.93

**Essaye maintenant de compléter ce tableau :**

Qui ?	
Quoi ?	
Où ?	
Quand ?	
Comment ?	
Pourquoi ?	

Quelles informations as-tu obtenues en plus ? Sont-elles importantes, selon toi ? Pourquoi ?

Tu constates, en observant l'article, que les caractères d'imprimerie (la typographie) varient. Explique ce qui motive ces changements.

L'auteur de l'article ne se limite pas aux faits. Il donne son opinion. Repère les termes qui le prouvent.

## Atelier philo

### Enjeux philo

L'utilisation d'Internet change-t-elle notre manière de penser et d'être ? On peut facilement dire que nos convictions et notre personnalité n'en sont guère affectées, que cet outil ne modifie en rien nos valeurs. **Pourtant, son mode de fonctionnement peut considérablement influencer, voire modifier, notre rapport au temps, à l'espace, à l'autre, à notre propre vie et identité...**

E-mails consultables à toute heure, chats entre personnes vivant aux quatre coins du globe : le réseau Internet induit une contraction très importante de l'espace et du temps. C'est un monde d'immédiateté, de mise à disposition permanente de l'information, de soi et d'autrui. Internet (ainsi que le téléphone portable) favorise ainsi de nouvelles formes de pression, qui se traduisent notamment par l'obligation quasi-permanente de réponse, la réactivité obligatoire. Ce réseau est aussi vecteur de pratiques pouvant conduire à l'addiction. La grande facilité d'accès à l'information et/ou à l'autre, la satisfaction d'un désir en quelques clics, les possibilités d'expression en apparence illimitées et en marge des codes sociaux traditionnels, entre autres, peuvent favoriser le développement de comportements obsessionnels ou fusionnels.

Enfin, Internet amène à nous interroger sur notre identité, sur celle des autres, ainsi que sur la frontière entre vie publique et vie privée. Que reste-t-il de nous lorsque nous nous cachons derrière un pseudonyme ? Que pouvons-nous savoir d'un parfait inconnu rencontré sur la Toile ? D'autre part, il n'est pas rare de voir un jeune ou un adulte considérer son blog comme un journal intime destiné à ses proches mais, en vérité, accessibles à tous. Internet peut ainsi devenir : un exutoire pour les frustrations et colères en tous genres ; un endroit où se réinventer une vie ; un lieu d'exhibitionnisme et/ou de voyeurisme ; un lieu de prédation...

Cet outil présente bien sûr de nombreux attraits et constitue une formidable source d'informations. Mais, un questionnement et une formation préalables semblent plus que nécessaires avant de lâcher nos enfants dans le world wild web...

### Questions philo

Quelles différences y a-t-il entre envoyer une lettre à quelqu'un et lui envoyer un e-mail ou un texto ?  
Quelles différences existe-t-il entre aller chercher des infos à la bibliothèque et sur Internet ?  
Quand tu vas rechercher des informations sur Internet connais-tu toujours leur origine ?  
Comment peux-tu savoir qui a donné l'information ?  
Certaines informations peuvent-elles être fausses ?  
Quelles différences y a-t-il entre discuter entre copains dans la cour de récréation et discuter avec les copains sur un chat ou un forum ?  
Comment choisit-on un pseudo ?  
Quelle différence y a-t-il entre un pseudo et un prénom ?  
Le pseudo dit-il plus de toi que ton prénom ?  
L'image que tu donnes de toi sur ton blog est-elle fidèle à ce que tu es, te ressemble-t-elle ?  
Qu'est-ce qui est important, être en contact avec les autres ou raconter des choses bien précises ?  
Dit-on la même chose en présence ou face aux autres que devant son écran ?  
Quand tu envoies des messages, attends-tu une réponse immédiate ?  
Comment te sens-tu quand tu ne reçois pas de réponse ?  
Est-il plus facile ou plus difficile de dire certaines choses par sms que face à la personne ? Pourquoi ?  
Quand tu reçois des messages, es-tu toujours certain de l'identité de la personne qui te les envoie ? Comment peux-tu en être certain ?  
Quels sont pour toi les avantages d'Internet ?  
Quels en sont les inconvénients ?



# Fiche 12 Exploitation de l'affiche

AFFICHE « C'EST TROP... » FOURNIE AVEC LE N°21 « SAGE COMME UNE IMAGE »

## Objectif

Permettre aux élèves de commencer à problématiser leur relation aux médias :

- En identifier concrètement la diversité ;
- Préciser leur nature commune et leurs particularités individuelles ;
- Caractériser leurs intérêts et problèmes en général ;
- Identifier la nature particulière du rapport intellectuel que chacun entretient avec eux.

## Atelier philo

### 11.1. Activité en classe entière (avec des élèves maîtrisant ou non l'écriture) et en une séance (alternance entre réflexion individuelle et travail collectif de la classe).

#### ...✦ Déroulement Individuellement

Temps d'observation de l'affiche, identification du problème par anticipation, avec la question : cette affiche, avec sa phrase-clé, veut nous faire réfléchir à un problème. Nous allons tout à l'heure échanger sur ce problème. Vous allez observer l'affiche pour tenter de voir, d'après ce qui est dessiné, de quel problème il s'agit. Il faudra que vous expliquiez quels sont les détails sur l'affiche qui vous ont fait penser à ce problème.

#### Collectivement

- Propositions de problèmes par les élèves, avec justifications, d'où description de l'affiche.
- Mise en évidence d'une liste de problèmes posés par l'affiche, en les rapportant à sa description.
- Identification des médias connus des élèves (sans nécessairement employer ce terme). Formulation d'une première définition de ce que l'on appelle un média.
- Choix d'un problème commun permettant de préciser le sens de la phrase figurant sur l'affiche.

#### Individuellement

Petit temps de réflexion pour élaborer une première réponse, en vue de l'échange collectif.

#### Collectivement

Échange. On pourra éventuellement préciser en introduction que l'échange a pour but de construire ensemble « des » réponses au problème posé, pas de convaincre tous les élèves... Puis, déroulement de l'échange entre les élèves, avec éventuellement des questions de l'enseignant (si besoin est, mais après un temps d'échange plus libre) pour :

- préciser des éléments clés de la réflexion, des

divergences ou convergences entre les premières positions des élèves (et non pas entre les élèves pour ne pas personnifier l'échange) ;

- dégager les éléments clés afin de mettre en évidence les aspects problématiques soulevés. On réalisera, par exemple, un tableau à deux colonnes, avec une colonne « intérêts » et une colonne « problèmes », si possible en mettant en regard dans les deux colonnes quand un même aspect est à la fois intéressant et problématique.

#### Individuellement

Temps d'assimilation individuelle. Chacun va noter dans un cahier spécial la réponse à la question. Deux questions au choix :

- Question 1 (avec des élèves de fin d'école primaire) : Avons-nous abordé aujourd'hui une question, à un moment ou à un autre, à laquelle tu n'avais jamais pensé auparavant ? Pourquoi était-ce une question importante ?
  - Question 2 (avec des élèves en apprentissage d'écriture) : Quel était pour toi le mot le plus important dans tout ce que nous avons dit ?
- N.B. On peut après quelques jours faire un retour sur ce travail : vous allez relire ce que vous aviez noté dans votre cahier. Chacun est-il encore d'accord avec ce qu'il avait noté (ou avec le mot qu'il avait choisi) ?

### 11.2. Activité pour des élèves maîtrisant suffisamment l'écriture, en deux séances alternant temps de travail individuel, par groupe et en classe collectivement.

#### ...✦ Déroulement : séance 1 Individuellement

Temps bref d'observation. Consigne : observez l'affiche. Selon vous, que signifie la phrase qui y figure ? Pouvez-vous expliquer, en regardant les détails de l'affiche, pourquoi on a ajouté cette phrase ?

#### Collectivement

Échange :

- Description de l'image.
- Explication de la phrase, en la mettant en relation avec des détails de la situation présentée sur l'affiche.

#### Individuellement

Questionnement : Pourquoi pensez-vous que cette phrase a été ajoutée ? Vous allez réfléchir individuellement, afin de trouver ensuite, en groupe, la réponse la plus élaborée possible à cette phrase.

#### Par groupe

Échange :

Chacun va dire à quoi il a pensé. Les membres du groupe vont devoir se mettre d'accord :

- pour expliquer la phrase-clé en trouvant le plus de détails sur l'affiche qui montrent que leur explication est

# Fiche 12 Exploitation de l'affiche

AFFICHE « C'EST TROP... » FOURNIE AVEC LE N°21 « SAGE COMME UNE IMAGE »

justifiée. Il s'agira ensuite de l'expliquer à la classe qui pourra critiquer ;

- pour expliquer en quoi cette phrase pose alors un problème, quand on y réfléchit.

## Collectivement

Chaque groupe présente sa proposition : échange critique par la classe. Questions par l'enseignant pour faire préciser ce qui est dit, aider les élèves à construire des sens différents à la phrase-clé.

## Par groupe

Choix d'une question (pas la sienne) à laquelle le groupe devra trouver une réponse lors de la prochaine séance.

Notation.

## ...✚ Déroulement : séance 2

### Matériel

Une grande feuille par groupe, avec un cadre au milieu (notation d'une première réponse) et de la place autour (notation des critiques avec flèches).

### Individuellement

Questionnement bref : qu'avons-nous fait lors de la séance précédente ?

### Collectivement

Rappel de ce qui a été fait, des choix opérés par chaque groupe.

### Par groupe

Deux temps de travail :

- temps 1 : vous allez devoir construire une réponse à la phrase-clé. Attention : un autre groupe va tout à l'heure relire et critiquer votre travail, il faut donc essayer de penser aux critiques qu'ils risquent de vous faire et qu'il faudra expliquer.

Après un moment de réflexion, puis de notation, passage de la feuille à un autre groupe.

- temps 2 : vous allez tenter de noter sur la feuille que vous avez reçue, avec des flèches, tout ce qui vous semble poser un problème dans ce qui est dit, et expliquer ce qui pose problème.

N. B. On pourrait, à ce moment, imaginer un temps de retour des feuilles aux groupes d'origine, et élaboration d'une « réponse » aux critiques faites.

### Collectivement

- Affichage et vote individuel : mets une croix à chaque fois que ce qui est dit dans un texte ou une critique te concerne toi en particulier.

- Commentaire collectif : les problèmes les plus choisis par les élèves.

- Échange : alors, qu'est-ce qui est « trop », selon vous ?

### Individuellement

Réalisation d'un dessin : par rapport à tout ce que nous avons dit, montre sur un dessin le problème le plus

embêtant, te concernant, lorsque tu te sers des médias (ou lorsque tu regardes la télévision, ton ordinateur, ou autre...).

Affichage, éventuellement en regroupant des dessins évoquant des problèmes similaires.

## ...✚ Exemples de questions à poser durant l'échange collectif

### Pour décrire.

Qu'est-ce qui est représenté sur l'affiche ? Comment ce personnage se présente-t-il ? Quelle est son expression ? Quand cette scène se passe-t-elle, selon toi ? Que peut-il être en train de faire ? Que voit-on d'autre sur cette affiche ?

### Pour donner son avis concernant l'affiche.

À votre avis, qu'est-il en train de se passer sur cette affiche ? Qu'est-ce que cela signifie, en général, quand on dit cette phrase ? Selon toi, quel sens peut-on donner à cette phrase dans ce cas précis, par rapport à ce qui est montré sur l'affiche ? Que peut signifier la phrase qui est dite ? Penses-tu que cette phrase ne s'applique qu'à ce personnage ? Penses-tu que l'on a raison de dire cette phrase ? Qu'est-ce qui est « trop », à ton avis, dans ce genre de situation ? Y a-t-il des choses qui, au contraire, ne seraient « pas assez » dans ce genre de situation ?

### Pour exprimer un avis critique sur le travail des autres.

Êtes-vous d'accord avec ce qui est dit ? Qu'est-ce qui vous pose un problème ? Connaissez-vous un exemple qui montrerait que ce qui est dit n'est peut-être pas toujours vrai ? Y a-t-il cependant des choses avec lesquelles vous êtes d'accord ?

### Pour faire des liens.

Ce qui est dessiné sur cette affiche te rappelle-t-il des problèmes dont tu as déjà entendu parler : chez toi, par tes parents ? À la télévision, à la radio, dans les journaux ? A-t-on déjà parlé de problèmes liés à la télévision, aux ordinateurs ou aux moyens de communication (médias) dans d'autres cours (par exemple en parlant de l'actualité) ou à d'autres occasions ?

### Pour travailler sur les médias.

Qu'est-ce que les personnages sont en train de faire ? Que peuvent-ils être en train de regarder ? En quoi cela peut-il être intéressant de regarder cela ? Sont-ils tous en train de penser la même chose, forcément, en regardant cela ? Qu'est-ce qui peut changer d'un personnage à un autre ? Connais-tu d'autres façons de pouvoir faire la même chose (s'informer, communiquer) que le personnage (énumérer des médias) ? En quoi chacun de ces moyens d'information est-il différent des autres ? En quoi est-il pareil (d'où une première définition possible) ? Quels sont ses avantages ? Quels sont ses inconvénients ? Si vous ne pouviez choisir qu'un de ces moyens, lequel choisiriez-vous ?

# Fiche 12 Exploitation de l'affiche

AFFICHE « C'EST TROP... » FOURNIE AVEC LE N°21 « SAGE COMME UNE IMAGE »

Donnez un exemple d'une situation où il est très intéressant de pouvoir utiliser un média.

Donnez un exemple où cette utilisation vous paraît « trop ». Ce serait alors « trop » par rapport à quoi ? Qui est d'accord pour dire que c'est « trop » dans ce cas ?

Donnez un exemple d'une situation où cette utilisation ne serait pas « assez » ? Quelle serait selon vous la bonne limite entre le « trop » et le « pas assez » par rapport aux médias ? Quelles sont les solutions qui pourraient, selon vous, exister pour ne pas être dans le « trop » ? (Laisser décrire des solutions liées à l'éducation, d'autres aux lois, d'autres à des choix personnels, etc.)

Aviez-vous déjà entendu parler de certains problèmes posés par les médias ? Comment en aviez-vous entendu parler ? En général, dans notre société, comment entend-on parler des événements ? N'y a-t-il pas quelque chose de bizarre dans ce que nous disons, par rapport aux médias ? (Paradoxe : ils nous informent des dangers qu'ils posent).