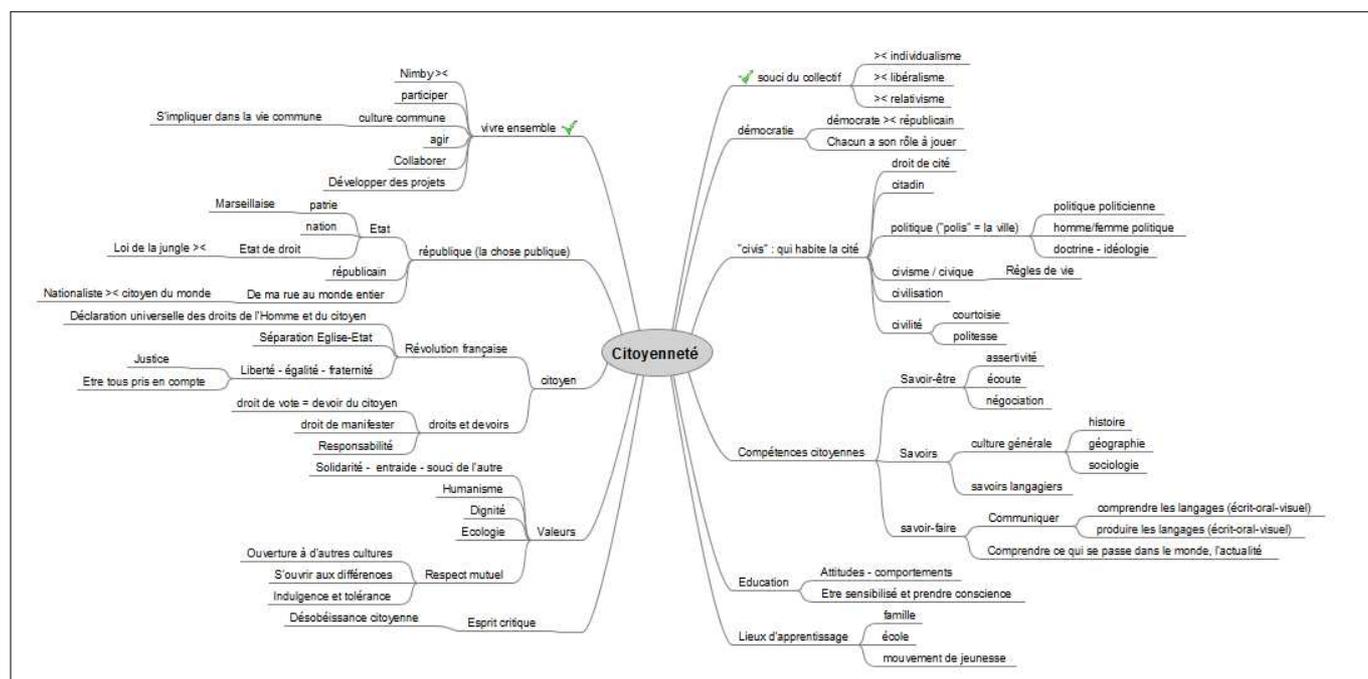


Bloc 2 - UE 224 : Former des citoyens

Le décret *Paysage* a amené nos équipes de professeurs à manier un nouveau jargon (bloc, UE, AA, j'en passe...) mais surtout à penser de nouvelles relations entre les cours qui composent la formation des enseignants. Ainsi, en 2^e année (= bloc 2), une unité d'enseignement (= UE) intitulée *Former des citoyens* a vu le jour. Son objectif ? Développer les compétences citoyennes des étudiants à travers les quatre activités d'apprentissage (= AA = cours) qui composent cette unité. Dans le cadre de l'AA de français, il s'agit bien entendu de mener une réflexion de type didactique (= enseigner quoi, comment, pour quoi ?) concernant l'enseignement conjoint des compétences de français et de citoyenneté.

Dans un premier temps, nous avons tenté de préciser le concept de citoyenneté en construisant ensemble une carte conceptuelle à l'aide du logiciel *Freemind*⁸ : nous avons reformulé ce concept en privilégiant deux expressions : le *souci du collectif* et le *vivre ensemble*.



Les étudiants se sont ensuite attelés à la conception d'une activité de français centrée sur le thème des droits des femmes, à l'approche de la Journée internationale du 8 mars. Ils devaient composer une fiche pédagogique descriptive de l'activité, en adoptant la forme globale d'une recette, et présenter celle-ci au groupe de façon attractive, de manière à remporter un maximum de voix de préférence : il s'agissait en effet d'un concours ! Le travail fut intense et très intéressant, en particulier lorsque les étudiants, partant de documents de qualité qu'ils avaient su choisir judicieusement, sont parvenus à articuler rigoureusement les apprentissages de français avec ceux des compétences citoyennes. On a pu remarquer que leurs choix se sont tournés très souvent vers la lecture d'images (affiches, vidéos, bande dessinée) et le travail de production, orale ou écrite, de textes de type argumentatif.

Et le gagnant est ...

8 Le recours à ce logiciel en classe présente des avantages nombreux : les propositions des élèves y sont directement notées en lien avec les éléments qui se trouvent déjà sur le document ; la carte conceptuelle, projetée sur écran, se construit donc en direct sous les yeux de chacun. On aboutit rapidement à un document clair, qui peut être modifié ou enrichi à volonté et communiqué immédiatement aux étudiants via le mail ou via la plateforme de l'école. Néanmoins, la richesse des apports constitue aussi un obstacle potentiel : plus on ajoute des éléments nouveaux, plus la police de caractères diminue, rendant ainsi parfois la lecture malaisée.

Femme-objet ? J'achète !



Elodie BAWIN, Aurélie GUATIERI et Lindy VLIEGEN

Quelle image de la femme la publicité véhicule-t-elle ? Quel impact sur les comportements, des jeunes notamment, ces images omniprésentes de femmes-objets peuvent-elles avoir ? Comment prévenir les dérives qui peuvent découler de la banalisation de l'image d'une femme hypersexualisée ?

Recette du 8 mars

Public-cible : 2^e degré

Objectifs

- Lire-écrire l'affiche publicitaire, une campagne de sensibilisation (affiches et clips vidéo)
- Prendre conscience que la publicité véhicule une image négative de la femme (femme-objet)
- Développer son esprit critique en affinant ses compétences d'analyse des textes publicitaires
- Se positionner, donner son opinion et argumenter oralement

Ingrédients (à glisser si possible dans une présentation *Powerpoint*)

- Quelques affiches publicitaires bien pimentées présentant des femmes-objets
- Une poignée d'affiches sexistes du cru des années 50 et du cru des années 2000
- Une vidéo de sensibilisation bien salée (We Are#Women Not Objects)
- Une affiche de sensibilisation aigre-douce (Campagne de l'ONU)

Comment faire ?

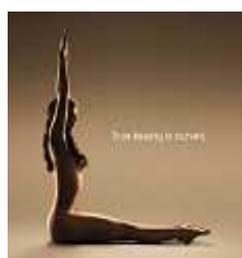
1. Dans une présentation *Powerpoint* (ou au tableau), commencez par mettre au bain-marie 5 affiches publicitaires bien pimentées présentant des femmes-objets, pendant une vingtaine de minutes. Les élèves doivent deviner le produit promu en mettant en œuvre, avec sagacité, leurs compétences de lecture d'images et d'inférence.



1.



2.



3.



4.



5.

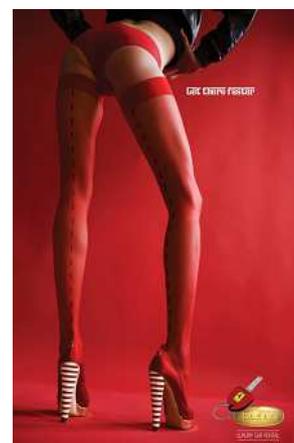
Retirez du feu pour tirer la conclusion : *La femme est souvent utilisée comme un argument de vente par la publicité, ce qui renforce cette image de la femme-objet.*

Corrigé du bain-marie : 1. Contrôle technique automobile 2. Auto-école 3. Note-book 4. Déodorant 5. Don d'organe

2. Mélangez une publicité des années 50 (à gauche) avec une publicité des années 2000 (à droite) et comparez leur gout pendant quelques minutes. *L'image de la femme a-t-elle évolué ? Dans quel sens ?*



Confirmez et affinez vos réponses en renouvelant deux fois la même opération.



Retirez-du feu pour tirer la conclusion : *Oui, la femme est aujourd'hui encore présentée par la publicité comme une femme-objet. Elle est même de plus en plus explicitement considérée comme un objet de désir.*

3. Dans le grand faitout de la classe, battez les cerveaux de vos élèves en neige pendant cinq minutes pour obtenir un beau brain-storming autour du mot « sexisme ». Analysez ce brain-storming en établissant des liens entre les mots notés au tableau, en soulignant ceux qui reviennent le plus souvent. Puis redonnez un coup de chaleur à votre préparation en saupoudrant votre brainstorming de publicités sexistes⁹ ; attendez l'ébullition des élèves.



Ne retirez pas du feu avant d'avoir construit avec eux une définition satisfaisante du mot « sexisme ».

Mon truc : Vous pouvez guider la réflexion des élèves en leur soumettant cette illustration ou en consultant le dictionnaire, pour y trouver une définition de base que vous pourrez enrichir de vos réflexions et exemples.

Définition du *Petit Robert* : *Sexisme = Attitude de discrimination à l'égard du sexe féminin.*



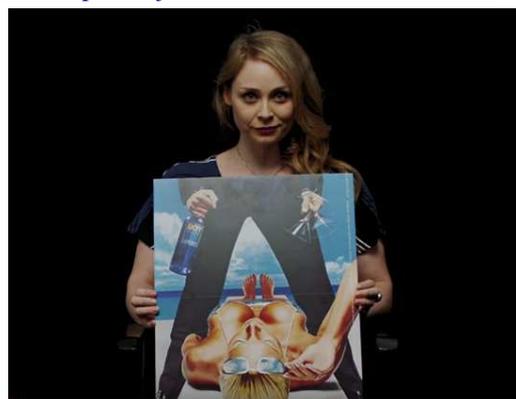
Vos élèves sont maintenant assez chauds pour que vous tiriez les conclusions avec eux : *Le sexisme est très présent dans la publicité. Cela contribue à l'ancrer dans nos mentalités. Il faut en prendre conscience pour pouvoir lutter contre lui.*

9 Autres exemples dans *Le Soir* : <http://www.lesoir.be/1139939/article/victoire/air-du-temps/2016-03-03/dix-pubs-sexistes-et-femmes-au-milieu>

4. Si vous en restez là, votre plat sera indigeste... Rajoutez donc des dés de sensibilisation pour en atténuer l'amertume. Je conseille la vidéo, assez choquante mais efficace, *We Are#Women Not Objects* : http://www.huffingtonpost.fr/2016/01/27/video-campagne-femmes-pub-objet-feminisme_n_9085730.html

N'oubliez surtout pas de faire réagir vos élèves :
Qu'avez-vous compris ? Qu'en pensez-vous ?

« J'adore sacrifier ma dignité pour une boisson. »



5. Rectifiez une seconde fois l'assaisonnement en observant une campagne de sensibilisation de l'ONU. *Les élèves sont-ils d'accord avec les phrases proposées par le moteur de recherche ?*



Les élèves savent-ils comment s'appellent ces « publicités » ? En quoi sont-elles différentes des précédentes ?



Les femmes ne devraient pas avoir de droits, voter, travailler, faire de la boxe.

Elles dénoncent une situation, plaident une cause ; elles n'ont pas pour but de vendre un produit. Il s'agit de document faisant partie d'une campagne de sensibilisation, qui ont donc un but préventif.

6. Savourez à présent votre plat en dégustant la campagne de sensibilisation réalisée par vos jeunes marmitons. En sous-groupes de quatre ou cinq élèves, ils vont devoir créer une affiche afin de sensibiliser les élèves de leur école à la vision de la femme véhiculée dans les publicités. Ils lutteront ainsi contre l'image de la femme-objet et le sexisme ordinaire.

C'est bien entendu l'occasion de révéler vos compétences de « chef », en mettant en place de multiples apprentissages (les outils langagiers dont vos élèves auront besoin) concernant le genre de l'affiche : sa structure (illustration, slogan, accroche, texte argumentatif, logo...), les types de phrase qui sont intéressants pour interpeller le lecteur (phrase interrogative, impérative, exclamative) ou qui conviennent au propos (phrase verbale, phrase non verbale), le recours à un vocabulaire précis, à une mise en page efficace faisant appel à une illustration interpellante, etc.

Une fois l'affiche réalisée, elle est présentée d'une façon créative et active, en faisant interagir la classe avec le sous-groupe qui a conçu l'affiche et qui explique oralement ses choix.

Un petit dessert, qui s'accorde bien avec ce repas déjà copieux ? Se rendre dans les autres classes de l'école afin de montrer les affiches réalisées et d'expliquer les buts poursuivis par cette campagne de sensibilisation.

Un petit digestif pour terminer en beauté ? Affichez les productions dans l'école...

