

Victime de la mode - MC Solaar

Une séquence mode-rne

Pascal Reisch

La mode, centre d'intérêt des jeunes

Cette séquence a été mise en oeuvre dans une classe de deuxième année de l'enseignement professionnel. Elle a d'autant mieux fonctionné que la plupart des élèves se destinaient à la section "habillement". Son but principal est d'amener les élèves à une réflexion argumentée sur les phénomènes de mode, grâce entre autres à une analyse poussée de "publicités amaigrissantes". L'utilisation d'une chanson lors de l'introduction a permis de donner plus de "réalité" à la séquence: on parlait de ce que les élèves rencontrent hors de l'école.

PHASE 1

La séquence a débuté par une discussion autour des rapports "adolescent-musique". Qui aiment-ils ? Pourquoi ? Plusieurs points sont apparus, et notamment le phénomène de mode induit par les chansons (adopter le même look qu'un chanteur).

PHASE 2

Nous avons écouté une première fois la chanson "Victime de la mode". Les élèves y ont réagi en plusieurs étapes:

- dégager l'idée essentielle: "*C'est bête de suivre la mode*".
- marquer son accord ou son désaccord par rapport à cette idée.
- réagir en fonction de son propre vécu: "*Qui a déjà suivi un régime?*". *Il est bien entendu très important de veiller à respecter la pudeur de chacun sur ce point (pas de moqueries de la part des autres élèves et pas d'obligation de répondre).*

PHASE 3

Nous avons réécouté la chanson et travaillé ensuite avec le texte écrit, en nous centrant :

- sur la compréhension des mots de vocabulaire: les élèves ont proposé des significations en fonction du contexte pour les termes inconnus.
- sur l'idée essentielle: nous avons essayé d'affiner notre compréhension: "*Prendre ou perdre quelques kilos, l'essentiel est d'être bien dans sa peau*".

VICTIME DE LA MODE

Clap, prise 1, vision panoramique
Une caméra avance, gros plan sur
Dominique
Seule devant la glace, elle ausculte son corps
Puis crie machinalement encore quelques efforts
Tous les régimes sur elle furent testés
Toutes les tentatives ont été des échecs complets
Mais elle persévère et pour plaire à son homme
Dominique a décidé de suivre la norme
Elle emmagasine des magazines
Dans lesquels elle pense trouver le recours ultime
Maso à l'assaut de ses formes rondellettes
Elle était occupée à couper du pécul car on lui piquait les fesses

Victime de la mode tel est son nom de code

Lumière, scène II, l'As de trèfle lui propose
Une toute nouvelle donne et en voici la cause
Tellement d'efforts et pour quel résultat
Elle perd de l'osille au lieu de perdre du poids
Dominique réplique et très vite m'explique qu'elle veut être
La réplique d'une créature de clip
ainsi font, font, font les petites filles coquettes
Elles suivent un modèle qui leur fait perdre la tête
From London to Washington, Kingston, Charenton ou Carcassonne
Quand le téléphone sonne, elle nous répond sans cesse
Qu'elle était occupée à couper du pécul car on lui piquait les fesses

Victime de la mode tel est son nom de code

Donc, en guise de conclusion
A l'analyse logique de cette situation
Le régime, le jogging, la liposucion
Sont à tester mais il faut faire attention
Espérons que vous aurez compris
Les bases claires de ce code de déontologie
Prendre ou perdre quelques kilos
L'essentiel est d'être vraiment bien dans sa peau
Ma tactique attaque tous les tics avec tact
Dominique pas de panique, écoute bien ce funky beat
La quête de l'image la laisse dans le stress
Elle était occupée à couper du pécul car on lui piquait les fesses

Victime de la mode tel est son nom de code

- sur les deux points de vue présents dans la chanson: nous avons relevé les termes relatifs à ce que pense *Dominique* de la mode, et ceux qui sont relatifs à l'opinion de *MC Solaar*, le narrateur.

Les élèves se sont alors repositionnés par rapport à ces deux points de vue.

PHASE 4

Les élèves ont reçu, par groupes de trois ou quatre, une série de publicités vantant les mérites de divers produits amaigrissants, (des médicaments aux électrodes en passant par les masseurs), relevées dans la presse féminine.

Le groupe avait pour tâche de collecter, dans un tableau-synthèse, la réponse aux questions suivantes:

	Quel est le but de la publicité ?	A qui s'adresse-t-elle ?	Quels arguments sont utilisés pour inciter à maigrir ?	Quels moyens sont employés pour prouver l'efficacité du produit ?	Quelle méthode est proposée ?
Pub 1					
Pub 2					
...					
	<i>Faire maigrir, mais surtout vendre, ce que les élèves ne remarquent pas de prime abord.</i>	<i>En priorité aux femmes.</i>	<i>Etre bien dans sa peau, plaire, être plus fort ...</i>	<i>Témoignage d'un client satisfait, d'un spécialiste, photos avant-après, ...</i>	<i>Médicaments, bermuda, électrodes, masseur, ...</i>

PHASE 5

En groupes de trois ou quatre, les élèves ont alors créé une publicité destinée à faire **grossir** (prendre le contre-pied permet un certain détachement et évite un simple recopiage des publicités observées). La consigne leur imposait d'inclure dans leur publicité des arguments concernant l'efficacité du produit, des arguments à propos de la motivation du client potentiel, et au moins un élément non verbal.

* * *

Les productions obtenues furent très bonnes, prouvant ainsi que les élèves avaient correctement démonté le processus publicitaire pour ce genre de produits.

Comme activité d'extension, deux propositions dans le domaine du texte publicitaire:

- analyser les méthodes utilisées pour d'autres produits, par exemple les automobiles, et déterminer les rapports entre public-cible et stratégie publicitaire.
- relever les types de produits vantés par les publicités télévisuelles à différentes heures, et remarquer que les heures de passage de ces publicités sont savamment choisies en fonction du programme les précédant et les suivant.