



### II. Séquence à partir des pages 22-23 : *Un cadeau marquant* Medias



#### **SÉQUENCE D'ÉDUCATION AUX MÉDIAS : À quoi les médias nous incitent-ils au moment des fêtes ?**

##### **Préparation :**

Le découpage de cette activité est conçu pour que l'enseignant puisse choisir, suivre les démarches qui correspondent mieux à ses attentes et au niveau de ses élèves.

La classe a peut-être déjà expérimenté l'analyse de stratégies publicitaires. Lors de cette séquence-ci, on pourra s'attarder plus ou moins à la pub, selon le déjà-là de la classe\*, mais sans se limiter à ce domaine, pour investiguer aussi les messages journalistiques que la presse transmet au moment des fêtes.

Tant pour la fête des mères ou des pères, la St Valentin, la St Nicolas, la Noël, etc., les médias ciblent des publics à qui proposer, selon la symbolique et souvent les clichés de la fête, des idées, des exemples à suivre.

Fêter rythme la vie, c'est un rituel bénéfique, utile pour vivre en société : pour se rappeler, pour gratifier ou pour simplement se réunir... L'invitation à fêter peut cependant parfois peser. La presse écrite ou télévisuelle entretient des représentations : au moment de la fête des mères, il est difficile de ne pas marquer ce jour-là sa gratitude à notre maman, preuve matérielle à l'appui ; à la St Valentin, il faut prouver son sentiment amoureux...

Sans doute peut-on distinguer les fêtes traditionnelles, fondées sur une tradition religieuse ou profane, de fêtes récupérées commercialement, comme Halloween ou St Valentin. Mais où poser les limites, par exemple pour la fête des mères, initiée par le régime de Pétain en France ?

Le plaisir-même de faire des cadeaux peut être gâté lorsqu'il s'agit d'une convenance. On peut y adhérer avec plaisir et tout va bien. Mais peut-on vraiment se permettre un écart quand la norme sociale, relayée par les médias, se fait injonctive.

Noël, par exemple, est une fête de famille et, bien que la tradition chrétienne était de ne manger que peu, et pas avant la messe de minuit à laquelle il fallait assister à jeun, maintenant c'est l'occasion de festins et de cadeaux coûteux. Paradoxalement, les fêtes de Noël font partie des moments de l'année où les individus se disent les plus affectés par le sentiment de solitude.\*\*

Il est intéressant d'aller voir comment fonctionnent les messages médiatiques, d'aider les élèves à avoir un regard critique et de les encourager à choisir plus librement.

Au-delà de l'analyse de ces messages, si l'interprétation du langage incitatif utilisé dans les médias est parfois trop subtile, cela peut déjà faire l'objet de remarques en passant, selon les intuitions des élèves. Ils pourront observer, par exemple, la manière dont on suggère la relation amoureuse pour les cadeaux de St Valentin, les clichés sexistes en général, des expressions récurrentes qui recouvrent des valeurs implicites...

\*Pour s'attarder à tel ou tel aspect de l'analyse de la publicité, brochure (fiches didactiques), *Comprendre la publicité - éducation critique*, Conseil de l'Éducation aux Médias : [http://www.educationauxmedias.eu/outils/brochures/csem/comprendrela-publicite\\_fiches](http://www.educationauxmedias.eu/outils/brochures/csem/comprendrela-publicite_fiches)

\*\*<http://leplus.nouvelobs.com/contribution/745513-pourquoi-tant-de-gens-n-aiment-pas-noel-la-face-cachee-des-fetes-de-fin-d-annee.html>





## II. Séquence à partir des pages 22-23 : *Un cadeau marquant* Medias

### Déroulement :

#### 1. Formuler des représentations initiales

Choisir une ou deux des démarches suivantes, selon ce qui est envisagé pour la suite.

##### 1.1. Mur du silence à propos de l'idée de « fête »

- « Autour du mot « FÊTE » (inscrit au centre du tableau) vous pouvez venir silencieusement, au maximum deux à la fois, écrire au tableau des expressions, des idées, des mots auxquels l'idée de fête vous fait penser ».
- Classer les propositions.

Pour approfondir ce sujet en tant que tel, aller à l'activité à partir des pages 4-5.

##### 1.2. Définitions et évocations sur les « cadeaux »

- « *Qu'est-ce que c'est précisément un cadeau ?* » :  
Émettre des hypothèses personnelles puis comparer au dictionnaire.  
> Un objet que l'on offre à quelqu'un, souvent dans un *emballage-cadeau*, à l'occasion d'un anniversaire, d'une fête (Noël, Nouvel An -étrennes-...) d'un mariage (*listes de cadeaux*), d'un voyage (*cadeaux-souvenirs*), par surprise, par récompense...
- « *Vous souvenez-vous d'avoir déjà reçu un cadeau qui vous a vraiment fait plaisir ?* » « *Vous souvenez-vous avoir déjà détesté un cadeau ?* ». « *Quel cadeau vous ferait le plus plaisir aujourd'hui ?* ». Évoquer, sans juger, ces situations. Observer parfois l'ambivalence plaisir/obligation, les arguments contradictoires, tant pour les donneurs que pour les receveurs de cadeaux.

##### 1.3. Premier questionnement sur le lien fête-cadeau

« *D'où vient l'envie d'offrir des cadeaux ? À quoi les médias nous incitent-ils au moment des fêtes ? Faut-il se priver pour mieux faire la fête ?* ».

Émettre un premier avis sans encore en discuter.

Ne pas éluder la question des dépenses : l'enseignant peut évoquer une situation où il a, personnellement, manqué d'argent pour faire un cadeau.

#### 2. Découvrir comment la publicité incite à acheter des cadeaux pour les enfants

##### 2.1. Au moment des fêtes, les enfants sont un public-cible pour la publicité !

« *Si je vous dis qu'au moment des fêtes, vous êtes, vous les enfants, un « public-cible » : Qu'est-ce que ça veut dire ? Est-ce que j'ai raison ?* ».

(Selon l'âge des élèves, la formulation variera : on parlera soit d'achats soit de demande à St Nicolas ou au Père Noël pour les enfants qui peuvent encore y croire).

- **Cible**, comme ce qu'on vise avec une flèche ; *public* comme au théâtre : À l'occasion des fêtes, les enfants sont le public visé par l'offre commerciale de jeux et jouets.\*
- **Les fêtes** peut se dire sans préciser qu'il s'agit de St Nicolas – Noël – Nouvel An : Tout le monde sait que fêter la St Nicolas, la Noël ou le Nouvel An est une *coutume* (habitude), une *tradition* commune, suivie par un grand nombre de gens, propre à

\*Pour aller plus loin : Fiche didactique *Je me sens visé ?* : <http://www.educationauxmedias.eu/sites/default/files/files/Fiche7.pdf> ]





### II. Séquence à partir des pages 22-23 : *Un cadeau marquant* Medias

notre culture, et que c'est ainsi « depuis longtemps\* ».

- La **pub** est immanquablement au rendez-vous des fêtes (même bien à l'avance) : les producteurs et vendeurs d'objets de toutes sortes pouvant servir de cadeaux l'utilisent en s'appuyant sur le principe que tout le monde a droit à des cadeaux, que c'est le moment.

#### 2.2. La publicité crée des envies !

> Lire le chapeau de l'article page 22 :

*C'est bientôt les fêtes et qui dit fêtes, dit... cadeaux ! Tu es envahi-e ... Il faut donc te donner envie.*

*« C'est vrai ? Votre envie de cadeaux dépend de la pub ? Vous regardez beaucoup la pub ? »*

> À toi de jouer : Test à partir de 3 jouets (page 23)

*« Pour quelles raisons pourrais-tu vouloir ces jouets-là ? »*

Suivre la démarche en choisissant parmi les raisons données et en notant les raisons sur les pointillés.

Rassembler les raisons choisies, compter les choix (calculer éventuellement les pourcentages). Conclure à une hiérarchie des raisons pour choisir ces jouets.

> Analyser les stratégies publicitaires :

*« Comment les publicitaires s'y prennent-ils pour donner envie d'un jouet aux enfants ? Pouvons-nous deviner leurs stratégies ? »*

Formuler des hypothèses en traduisant les envies potentielles de l'acheteur en stratégies publicitaires du vendeur sous la forme :

*« Nous avons envie de... (ex : de marques que nous connaissons...) à La stratégie publicitaire met en avant... »*. En repérant par exemple :

- Les marques, les logos des jouets familiers aux enfants.
- L'attachement à des héros issus d'un film (ces héros ayant été eux-mêmes créés parfois avec la perspective d'un merchandising).
- Le rêve par la mise en scène dans la publicité et sur l'emballage.
- De bons moments de présentation des pubs pour jouets : à la télévision, notamment avant, après et surtout pendant les émissions pour enfants.
- De bons endroits : la pub dans des publications pour enfants ? (Pas de pub dans la revue *Philéas & Autobule* !).

> Lire et comparer aux hypothèses des paragraphes : *Comment s'y prennent-ils ?* et *Marqué !* p. 22 de la revue *Philéas & Autobule*.

Distinguer *produit / marque* avec d'autres exemples de jouets :

Blocs ou briques à construire / Legos – personnages / playmobils – consoles / Wii...

Constater que cette prédominance du nom de la marque joue aussi pour d'autres objets : vêtements, montres, matériel informatique... (Remarquer que les mots courants *bic*, *frigo*, *PC*... sont des noms de marques qui ont fini par désigner l'objet.).

\*Lien avec l'éveil historique (Noël/Solstice d'hiver).

Voir activité à partir des pages 4-5





## II. Séquence à partir des pages 22-23 : *Un cadeau marquant Medias*

### 2.3. Pensée critique sur les pubs pour jouets et contrepied

> « À quoi servent les jouets ? T'arrive-t-il d'être déçu par des jouets que tu reçois ? ».

Identifier des déceptions comme :

- Généralement, dans un spot ou sur l'emballage, on présente l'équivalent de plusieurs boîtes.
- Souvent l'objet est plus petit, moins solide, moins beau... que sur l'image.
- La mise en scène du jouet, le décor où il est placé, les personnages, l'animation... lui donnent des qualités qui nous attirent. Or il y a un écart entre les caractéristiques de l'objet réel et ces qualités suggérées par la représentation à la télévision ou sur l'emballage (Le Grand Canyon pour une voiture téléguidée, un château de glace pour une poupée... un décor sonore et visuel grandiose, imaginaire ou féérique, qui enjolive le produit...)\*.

> Formuler une pensée critique sur la création d'envies par la publicité en général :

- La publicité, tant celle qui vise les adultes que celle qui cible les enfants, en créant des envies, nous identifie à une réalité qui n'est pas forcément la nôtre.
- La séduction par la publicité est rapide voire immédiate, or une envie qui se rêve et se cultive sera souvent plus solide, moins éphémère.
- Les sociétés et multinationales se servent de la publicité pour nous pousser vers un remplacement rapide d'objets par d'autres (on n'a pas assez d'armoires à jouets pour tous les garder). La publicité nous pousse donc vers de nombreux objets, dont des jouets qui cassent, déçoivent, lassent ...

> En contrepied, poser la question dans l'autre sens :

« Un jouet, un objet, que j'ai depuis longtemps et auquel je tiens toujours parce que... ».

Introduire ce moment d'expression personnelle par quelques exemples propres à l'enseignant, pour mettre à l'aise et éviter qu'on n'ose pas présenter un jouet qui n'est plus à la mode ou un objet auquel on tient simplement par attachement à celui qui nous l'a offert...

Présenter son choix à la classe, éventuellement à partir d'un dessin.

Rassembler ces bonnes raisons ou cette chance d'avoir choisi un jouet qui plaît durablement.

### 3. Rechercher et analyser d'autres incitations journalistiques à l'achat de cadeaux

#### 3.1. Constituer un dossier ou utiliser l'annexe proposée

Compulser des journaux et magazines : À l'approche d'une fête, repérer les articles proposant des achats ou autres démarches pour la fête. Identifier les articles non-commerciaux : « Certaines annonces ressemblent à des articles : surtout du texte, parfois sobriement illustré. Seules des mentions comme « Publicité » ou « Publi-rédactionnel » préviennent alors le lecteur de l'intention du message. ».\*\*

\*Publi... Réalité ?  
Différencier le réel de la fiction : <http://www.educationauxmedias.eu/sites/default/files/files/Fiche8.pdf>

- \*\*Journal de bord de l'opération Ouvrir mon quotidien : <http://www.jfb.be/pdf/JDB2011.pdf>

- Dossier pédagogique en complément au Journal de bord : <http://www.jfb.be/pdf/dp.pdf>





## II. Séquence à partir des pages 22-23 : *Un cadeau marquant* Medias

### 3.2. Analyser

Grille d'analyse
<b>Quel est le type de message ?</b>
<b>À qui s'adresse ce message ?</b>
<b>Qui a écrit ce message ? Dans quel but ?</b>
<b>Surligner les expressions, mots... utilisés pour atteindre ce but.</b>

- > Répartir les textes dans des groupes (selon le temps dont on dispose : plusieurs textes par groupe pour pouvoir comparer les observations)
- > Compléter la grille d'analyse.
- > Surligner d'une couleur ces éléments argumentatifs ou séducteurs.
- > Surligner d'une autre couleur des mots qui semblent importants (essentiels au sujet ou nouveaux, à expliquer ou à discuter).

### 3.3. Comparer les analyses et interpréter en discutant

(Selon le niveau de la classe et le souhait d'aller plus loin dans l'interprétation du langage écrit des médias, discuter plus ou moins en profondeur du point 4).

Exemple d'analyses : Des incitations à faire des cadeaux dans la presse écrite ?

(Voir textes en ANNEXE)

a. Quel est le type de message ? (Le texte est-il surtout une explication ? Une description ? Une argumentation ? Une injonction ?...).

Ce sont des textes *injonctifs* : pour *inciter* à faire quelque chose, ici à acheter ou non.

TEXTE E : *il est temps de...*

TEXTE G : *Donnez... faites... chinez...* verbes à l'impératif.

Des éléments sont parfois aussi *argumentatifs* : pour justifier l'utilité d'une démarche.

TEXTE A : pour « trouver tout », pour « papas tendance classique et chic ».

Cependant, selon l'auteur et son intention, ces textes comportent aussi des éléments *explicatifs* et *descriptifs*. Les auteurs livrent des informations, des explications qui donnent à réfléchir.

TEXTE D : sur l'origine de la fête des pères, les problèmes de peau, et les caractéristiques du cédrat.

b. À qui s'adresse ce message (cette injonction, argumentation...)?

Le destinataire est double : le bénéficiaire du cadeau, de manière implicite, et l'acheteur qui se met à sa place, essayant de deviner ce qui va lui faire plaisir, selon ses-leurs valeurs.

TEXTE E : *respect de l'environnement...*





### II. Séquence à partir des pages 22-23 : *Un cadeau marquant Medias*

#### c. Qui a écrit ce message ? Dans quel but ?

L'auteur :

- il peut être un *journaliste* : il s'agit d'un article sans but commercial, et s'il incite à l'achat en général il ne peut pas vanter un achat particulier. Dans ce cas, il informe en citant une diversité de magasins et de marques, des prix divers, plus ou moins adaptés à toutes les bourses. Il peut informer de manière neutre, il peut, comme un éditorialiste, défendre une opinion, des valeurs (comparer les textes E, F et G en annexe);
- il peut être un *publiciste* : payé par le fabricant ou le distributeur d'un produit pour le faire acheter par le plus de lecteurs possible. Ici, ce ne sont pas des articles publicitaires, mais on peut se poser la question pour l'extrait du texte D.

#### d. Quelles expressions, mots, tournures... l'auteur utilise-t-il pour atteindre ce but ?

TEXTE A : *Nos idées pour ne pas sécher à la fête des pères*

*Le formidable (et redoutable) moment de la fête des pères est revenu : le dimanche 14 juin, vous offrirez un cadeau à votre papa tout ému par tant d'égards. Oui mais...*

*Offrir un cadeau, ça fait plaisir, il n'y a pas à dire, mais quand c'est pour un père, il y a toujours une sorte de petit flottement intérieur où l'on compte les paires de chaussettes, les porte-cartes et autres bouteilles qu'on a offerts en se disant que cette année, il faudrait innover. Innover oui, mais quoi ? Quoi ? ... Aujourd'hui, en voici une vingtaine pour les papas tendance classique et chic. Portefeuille H..., 110€... Des boutons de manchette du futur, signés P..., Spirit Level, 135€, eau de toilette au cédrat, L'O..., 45€. Et demain, ils seront orientés plus techno-cool...*

Ambivalence de la *formidable-redoutable* fête des pères :

On ose dire, avec humour, que le moment de la fête est formidable (fête) et redoutable (achat cadeaux).

Papa sera *tout ému* : on nous prend par les sentiments.

On avoue qu'on lui donne toujours la même chose : des chaussettes, porte-cartes, bouteilles... On veut *innover* en qualifiant la tendance de *classique et chic*. (Et le lendemain d'autres propositions viendront pour tendance « techno-cool »).

TEXTE B : *Des idées cadeaux ? La wishlist d'Aurore*

*Ce 25 décembre, Père Noël peut déposer sous le sapin...*

*Une belle bibliothèque à l'ancienne. 1399 euros. Un last minute aux Seychelles. Une montre gousset..., 99 euros. Une pince pour attraper les chips sans se salir les doigts, 29,80 euros. Une liseuse numérique..., 119,90 euros. Un robot aspirateur..., 329 euros. Une bague en diamants avec pierres latérale, 2.550 euros. Une ceinture..., 12,99 euros. ...*

La notion de « wishlist » (mieux dit que « liste de souhaits » ?).

L'allusion au « Père Noël » rend l'information magique et atténue l'aspect commercial.

La proposition d'une *pince pour attraper les chips sans se salir les doigts*... rappelle combien les cadeaux peuvent être superflus, imaginés pour ne vouloir rien dire...

Le contraste des prix.





### II. Séquence à partir des pages 22-23 : *Un cadeau marquant Medias*

TEXTE C : *Saint-Valentin : notre sélection pour les hommes*

*Une tablette colorée pour 149,9€ ... Des chaussettes H... pour regarder ensemble «Les Yeux Jaunes des Crocodiles», romantique comédie pour un samedi soir romantique. Un nécessaire à barbe pour une peau très très douce. D..., 345€. Un tire-bouchon techno et tout en couleur, pour boire ensemble de très très bonnes bouteilles, avec modération c'est entendu.*

La St Valentin encourage les cadeaux dits *romantiques* : même les chaussettes sont romantiques...

La *peau très très douce* est une allusion directe à la relation amoureuse, comme *boire ensemble...* : chaque fête donne un langage particulier à la pub.

TEXTE D : *Beauté au masculin: idées cadeaux pour la fête des pères cf. texte en annexe*

- D'abord l'exposé historique de l'origine de la fête des pères.
- Puis l'information scientifique à propos de la dermatologie.
- Puis l'information botanique.

Seules les dernières lignes de chaque § sont incitatives.

Tout ça pour l'incitation à un seul achat, comme une publicité... : L'information est-elle un prétexte ? Est-ce une publicité ? Pourquoi n'est-ce pas annoncé ?

TEXTE E : *Cette année, je fais main !*

*Quelques événements :*

- Ces 28, 29 et 30 novembre, Namur Expo organise le Salon de l'Éco-consommation, de l'Éco-design et du Réemploi. Là, il sera possible de participer à des ateliers créatifs : art floral, ateliers patchwork, initiation au garnissage de fauteuils, fabrication de peinture ou de produits d'entretien naturels, etc. ... Ateliers sur inscription : 5€. Infos : [www.recupere.be](http://www.recupere.be)
- L'atelier "Mon Noël DIY (pour Do It Yourself)" ... De bonnes adresses :
- Des sites de vente et d'achat de fait main : [www.alittlemarket.com](http://www.alittlemarket.com) ou [www.fait-maison.com](http://www.fait-maison.com)

Le CRIE d'Harchies organise un week-end 100 % fait main ...

...Le samedi soir est dédié à l'échange. Dès 18h30, un troc de trucs faits main est prévu. "Les gens viennent avec un objet qu'ils ont confectionné eux-mêmes et qui peut servir de cadeau ", explique S... "Ensuite, ils s'échangent les objets." Tricot, bons petits plats, biscuits, bijoux, objets en bois, etc. Tout ce qui est fait main est le bienvenu !

...Ce dimanche 30 novembre, de 10h à 16h, des tournantes d'ateliers sont organisées pour fabriquer soi-même divers cadeaux. ... "En cuisine, il sera question de préparer des biscuits. En cosmétique, vous pourrez fabriquer vous-même des produits de beauté. Et en textile, il sera question de récupération de foulards ou de chemises pour faire des bijoux ou des coussins !"

Cet événement est représentatif de tout ce qui se fait durant l'année au CRIE d'Harchies, puisque régulièrement des formations en lien avec le respect de l'environnement sont organisées, comme la fabrication de savon artisanal, de cosmétiques naturels ou de produits d'entretien naturels. Avec tous ces petits conseils, il est temps d'envisager les fêtes autrement !





## II. Séquence à partir des pages 22-23 : *Un cadeau marquant Medias*

Repérer et définir les notions alternatives :

*éco-consommation, réemploi, atelier créatif, récupération, do it yourself, fait-maison, 100% fait-main, échange, troc, fabriquer soi-même, respect de l'environnement, artisanal, naturel...*

TEXTE F : *Les marchés gratuits : le bon plan pour donner une nouvelle vie aux objets et vêtements*

*On les appelle "gratifieria", "marché gratuit" ou encore "donnerie". Le concept est simple : certains y apportent ce dont ils n'ont plus besoin, et d'autres prennent ce qu'ils veulent.*

Texte informatif (court billet, quasiment neutre sauf *bon plan*).

Repérer et définir les notions alternatives :

*Marché gratuit, gratifieria, donnerie.*

TEXTE G : *Ce week-end, on récupère...*

ON BRICOLE

*Du 3 au 11 mai 2014, les acteurs de la récup' organisent de nombreuses activités pour mieux se faire connaître et sensibiliser aux enjeux environnementaux, sociaux et économiques de leurs activités. Leader dans ce secteur depuis plus de 75 ans, les entreprises d'économie sociale du réseau RES-SOURCES reçoivent, récoltent, trient, réparent, recyclent et revendent des produits en fin de vie. Plus de 50.000 tonnes de biens trouvent ainsi une nouvelle vie chaque année !*

*Durant le week-end et la semaine, partez à leur découverte à Bruxelles et dans toute la Wallonie. Donnez une seconde vie à vos objets avec des ateliers d'upcycling, faites de bonnes affaires en achetant des objets de seconde main. Chinez, glanez, récupérez !*

Texte essentiellement informatif.

Éléments argumentatifs : de valeurs (opinion) : *enjeux environnementaux...* et de faits : *depuis plus de 75 ans... 50.000 tonnes...*

Repérer et définir les notions alternatives :

*Enjeux environnementaux, sociaux et économiques, biens qui trouvent une nouvelle vie, donner une seconde vie à des objets, upcycling (recyclage où l'on crée quelque chose de plus beau que l'objet récupéré : up=vers le haut), bonnes affaires, seconde main, chiner, glaner, récupérer.*

### 3.4. Revenir aux représentations initiales

Conclure en se demandant si l'on répondrait de la même manière aux questions de départ :

*« D'où vient l'envie d'offrir des cadeaux ? À quoi les médias nous incitent-ils au moment des fêtes ? Faut-il se priver pour mieux faire la fête ? ».*

Et autres questions ou nouvelles formulations amenées par l'activité, comme :

*« Faut-il vraiment des cadeaux ? Faut-il des cadeaux coûteux ? Qu'est-ce qui fait le « prix » d'un cadeau ? ».*







## II. Séquence à partir des pages 22-23 : *Un cadeau marquant* Medias

Se questionner plus avant, selon le niveau de la classe, éventuellement sous la forme d'un atelier philo.

### - Pub ou info ?

Les articles proposant des achats ne nous rendent-ils pas la différenciation publicité/information très compliquée ? Le présupposé-même de nous aider à faire ces achats, n'est-ce pas simplement *pousser à l'achat*, et donc crédibiliser toute publicité ?

### - Valeurs ?

Quelles valeurs les médias véhiculent-ils ? À l'occasion des fêtes il est évident qu'on encourage l'achat et la consommation de biens qu'on peut trouver superflus. Mais les médias ouvrent aussi à des valeurs alternatives.

### - Humour !

Il y a parfois de l'humour : les médias ironisent sur les sempiternelles bouteilles, chocolats etc., sur l'urgence de trouver des cadeaux en dernière minute... Cet humour permet une distance à l'égard de l'idée qu'il faut acheter à tout prix.

### - Clichés ?

Les médias proposent des idées forcément générales et souvent stéréotypées pour chaque catégorie de personne et de fête.

Exercice amusant : Classer des objets-types dans les catégories de destinataires habituels puis les changer de catégorie et découvrir une autre représentation, en contrepied, de l'objet ou de son destinataire : Des chaussettes pour maman, une bague pour papa, une BD pour grand-mère, une foreuse pour dame, un fer à vapeur pour homme, un parfum ou un bijou pour enfant...\*

## 4. Réalisations

### 4.1. Écrire un poème :

Écrire et offrir un poème, inventaire de cadeaux que l'on souhaiterait recevoir, à la manière de Prévert.\*\*

Cet inventaire paraît « sans queue ni tête » : pour écrire sa liste de cadeaux à peu près de cette manière, il faudra sauter du coq à l'âne, mélanger les sujets graves et légers, les genres. L'idée d'une répétition comme celle du « raton laveur » (*Un ballotin de pralines* par exemple) avec son développement sera reprise.\*\*

### 4.2. Offrir un tableau-portrait par collages :

À la manière du *portrait-robot* d'Arman\*\*\* créer, encadrer et offrir à une personne proche le collage qui représente son portrait (ou le nôtre).

### 4.3. Créer et offrir une liste de propositions pour fêter sans trop de cadeaux :

- Se questionner préalablement puis lire l'article *Un Noël sans achat*\*\*\*\* ou autre.
- Enquêter et rédiger une liste de propositions alternatives à l'achat de cadeaux.
- Offrir cette liste en cadeau (à une personne dont on pense que cela lui plaira).

\*Cet exercice demanderait de travailler sur la question du genre car si on trouve amusant de renverser les rôles, on risque aussi que les enfants trouvent cela ridicule, ce serait donc utile d'en discuter : Voir *Philéas & Autobule*, n°40

\*\* Jacques Prévert, *L'inventaire*, dans *Paroles*, 1946

\*\*\* [http://www4b.ac-lille.fr/~lucieaubrac/IMG/pdf/Fiche\\_HDA\\_arman.pdf](http://www4b.ac-lille.fr/~lucieaubrac/IMG/pdf/Fiche_HDA_arman.pdf)

\*\*\*\* - *Un Noël sans achat* : <http://www.equiterre.org/choix-de-societe/blog/un-noel-sans-achat>

- <http://echosverts.com/2013/11/29/10-cadeaux-zero-shop-ping-pour-la-journee-mondiale-sans-achats/>





## II. Séquence à partir des pages 22-23 : *Un cadeau marquant* Medias

### > Prolongements :

#### En éducation citoyenne

Prolonger la discussion sur la limitation des achats.\*

#### En français

Le texte argumentatif.

#### En poésie ou en éducation artistique

Selon les réalisations ci-dessus, lire d'autres poèmes ou regarder d'autres œuvres de ces artistes.

\*Voir par exemple :

- [http://habilo-medias.ca/sites/mediasmarts/files/pdfs/lesson-plan/Lecon\\_Journee\\_sans\\_achats.pdf](http://habilo-medias.ca/sites/mediasmarts/files/pdfs/lesson-plan/Lecon_Journee_sans_achats.pdf) :  
leçon autour de la Journée sans achats.

- <http://www.journaldunet.com/ebusiness/commerce/achats-noel-temps-reel.shtml> : *Combien d'achats de Noël sont réalisés en France chaque seconde ?*  
Chiffres issus d'une infographie en temps réel de la consommation des Français à Noël.

- <http://abso-lunet.com/blogue/2012/11/05/e-commerce-5-strategies-pour-maximiser-vos-ventes-du-temps-des-fetes/> :  
*5 stratégies pour maximiser vos ventes du temps des fêtes.*

### COMPÉTENCES :

#### Éducation aux médias

Les six thématiques de l'Éducation aux médias... : **Représentation** : Quelle(s) représentation(s) de la réalité cette publicité, cette émission, cet article... , quelle(s) valeur(s) explicites ou implicites véhiculent-ils ? **Public** : À qui le message est-il destiné ? (b. Concept)

#### Langue française

Relever : des mécanismes de persuasion et de séduction utilisés par des médias ; les principales caractéristiques publicitaires (1439) Saisir l'intention dominante de l'auteur (informer, persuader, enjoindre, émouvoir, donner du plaisir...) [F4]





### II. Séquence à partir des pages 22-23 : *Un cadeau marquant Medias*

#### **ANNEXE : Des incitations à faire des cadeaux dans la presse écrite ?**

##### A.

###### Nos idées pour ne pas sécher à la fête des pères

Le formidable (et redoutable) moment de la fête des pères est revenu : le dimanche 14 juin, vous offrirez un cadeau à votre papa tout ému par tant d'égards. Oui mais...

Offrir un cadeau, ça fait plaisir, il n'y a pas à dire, mais quand c'est pour un père, il y a toujours une sorte de petit flottement intérieur où l'on compte les paires de chaussettes, les porte-cartes et autres bouteilles qu'on a offerts en se disant que cette année, il faudrait innover. Innover oui, mais quoi ? Quoi ? ... Aujourd'hui, en voici une vingtaine pour les papas tendance classique et chic.

Portefeuille H..., 110€ ... Des boutons de manchette du futur, signés P..., Spirit Level, 135€, eau de toilette au cédrat, L'O..., 45€.

Et demain, ils seront orientés plus techno-cool.

(Rédaction lifestyle, 02 juin 2015 - <http://www.lalibre.be/lifestyle/magazine/nos-idees-pour-ne-pas-secher-a-la-fete-des-peres-556dbb8835709a87ac67db0e>)

##### B.

###### Des idées cadeaux ? La wishlist d'Aurore

Ce 25 décembre, Père Noël peut déposer sous le sapin...

Une belle bibliothèque à l'ancienne. 1399 euros. Un last minute aux Seychelles. Une montre gousset... , 99 euros. Une pince pour attraper les chips sans se salir les doigts, 29,80 euros. Une liseuse numérique... , 119,90 euros. Un robot aspirateur... , 329 euros. Une bague en diamants avec pierres latérale, 2.550 euros. Une ceinture... , 12,99 euros.

(A.D. 22 décembre 2014 - <http://www.lalibre.be/lifestyle/magazine/des-idees-cadeaux-la-wishlist-d-aurore-54905449357028b5e96498e4>)

##### C.

###### Saint-Valentin : notre sélection pour les hommes

Une tablette colorée pour 149,9€ ... Des chaussettes H... pour regarder ensemble «Les Yeux Jaunes des Crocodiles», romantique comédie pour un samedi soir romantique. Un nécessaire à barbe pour une peau très très douce. D..., 345€. Un tire-bouchon techno et tout en couleur, pour boire ensemble de très très bonnes bouteilles, avec modération c'est entendu...

(E.W. 11 février 2015 - <http://www.lalibre.be/lifestyle/mode/saint-valentin-notre-selection-pour-les-hommes-54db5d4135700d7522858a1a>)





### II. Séquence à partir des pages 22-23 : Un cadeau marquant Medias

#### D.

##### Beauté au masculin: idées cadeaux pour la fête des pères

- Cette tradition est apparue dans les pays catholiques au Moyen Âge. On la célébrait le 19 mars, jour de la Saint-Joseph, le supposé père de Jésus. Certains pays, dont la Bolivie, l'Espagne et l'Italie, ont d'ailleurs conservé cette date. Chez nous, on célèbre les pères le deuxième dimanche de juin. Longtemps restée religieuse, cette fête prend un tour païen aux États-Unis, en 1912, à l'initiative d'une jeune Américaine, Sonora Smart Dodd. Élevée par un père veuf, elle a voulu lui montrer sa reconnaissance et a choisi le 19 juin, date de l'anniversaire de son cher daddy. Depuis lors, les pères sont fêtés au même titre que les mères. À côté des sempiternels chocolats, de la cravate ou de la bouteille de vin, voire du chèque-cadeau qui signe un manque criant d'inspiration, pourquoi ne pas offrir à son paternel de quoi de se faire beau ? Produit cosmétique, soin en institut, eau de toilette...

##### **(Dé)Codage**

Rien de plus important que l'hydratation de la peau, surtout en été. Les dermatologues s'accordent à dire que cela reste le premier geste anti-âge. Or, les UV, les écarts de température, le vent et les baignades sont terriblement asséchants. La parade consiste à appliquer un soin hydratant le matin en dessous de la protection solaire, et le soir pour apaiser la peau. Mais parfois cela ne suffit pas, particulièrement aux changements de saison. L'épiderme n'en peut plus, il accuse rougeurs et tiraillements ou, au contraire, brillance et imperfections. On se booke alors une petite séance en cabine. Avec deux associés, Adrien Coelho a récemment ouvert à Ixelles un institut de soins holistiques. Le lieu vend en exclusivité pour la Belgique la marque française Codage, au savoir-faire hérité de la tradition pharmaceutique. On aime...

##### **Le cédrat, superagrumes**

Les beaux jours entraînent dans leur sillage des envies de fruits frais. Cette année, on craque pour le cédrat. Cet agrume XL au nom scientifique de *Citrus medica L.*, a une écorce épaisse et rugueuse qui sent le cèdre. Il pousse dans le bassin méditerranéen et aux Antilles. C'est le premier à avoir débarqué en Europe, puis en Corse, au 1er siècle ap. J.-C., explique-t-on chez L'Occitane....

On le retrouve dans la ligne au Cédrat de L'Occitane, L'Eau Azzaro pour Homme, ...

(Virginie Draelants, 02 juin 2015 : <http://www.lesoir.be/895157/article/victoire/beaute-bien-etre/2015-06-02/beaute-au-masculin-idees-cadeaux-pour-fete-des-peres> )





### II. Séquence à partir des pages 22-23 : Un cadeau marquant Medias

#### E.

Cette année, je fais main!

Quelques événements :

- Ces 28, 29 et 30 novembre, Namur Expo organise le Salon de l'Éco-consommation, de l'Éco-design et du Réemploi. Là, il sera possible de participer à des ateliers créatifs : art floral, ateliers patchwork, initiation au garnissage de fauteuils, fabrication de peinture ou de produits d'entretien naturels, etc.

... Ateliers sur inscription : 5€. Infos : [www.recupere.be](http://www.recupere.be)

- L'atelier "Mon Noël DIY (pour Do It Yourself)" ...

De bonnes adresses :

- Des sites de vente et d'achat de fait main : [www.alittlemarket.com](http://www.alittlemarket.com) ou [www.fait-maison.com](http://www.fait-maison.com)

...

Le CRIE d'Harchies organise un week-end 100 % fait main ...

... Le samedi soir est dédié à l'échange. Dès 18h30, un troc de trucs faits main est prévu. "Les gens viennent avec un objet qu'ils ont confectionné eux-mêmes et qui peut servir de cadeau", explique S... "Ensuite, ils s'échangent les objets." Tricot, bons petits plats, biscuits, bijoux, objets en bois, etc. Tout ce qui est fait main est le bienvenu !

... Ce dimanche 30 novembre, de 10h à 16h, des tournantes d'ateliers sont organisées pour fabriquer soi-même divers cadeaux. ... "En cuisine, il sera question de préparer des biscuits. En cosmétique, vous pourrez fabriquer vous-même des produits de beauté. Et en textile, il sera question de récupération de foulards ou de chemises pour faire des bijoux ou des coussins !".

Cet événement est représentatif de tout ce qui se fait durant l'année au CRIE d'Harchies, puisque régulièrement des formations en lien avec le respect de l'environnement sont organisées, comme la fabrication de savon artisanal, de cosmétiques naturels ou de produits d'entretien naturels. Avec tous ces petits conseils, il est temps d'envisager les fêtes autrement !

(Lauranne Garitte, 29 novembre 2014 - <http://www.lalibre.be/lifestyle/magazine/cette-annee-je-fais-main-5479d64b35707696baa3f7da>)

#### F.

Les marchés gratuits : le bon plan pour donner une nouvelle vie aux objets et vêtements

On les appelle "gratifieria", "marché gratuit" ou encore "donnerie". Le concept est simple : certains y apportent ce dont ils n'ont plus besoin, et d'autres prennent ce qu'ils veulent.

(Lauranne Garitte, 25 novembre 2014 - <http://www.lalibre.be/lifestyle/magazine/les-marches-gratuits-le-bon-plan-pour-donner-une-nouvelle-vie-aux-objets-et-vetements-54735b3c3570e74ee325de94>)





### II. Séquence à partir des pages 22-23 : *Un cadeau marquant* Medias

#### G.

Ce week-end, on récupère...

ON BRICOLE

*Du 3 au 11 mai 2014, les acteurs de la récup' organisent de nombreuses activités pour mieux se faire connaître et sensibiliser aux enjeux environnementaux, sociaux et économiques de leurs activités. Leader dans ce secteur depuis plus de 75 ans, les entreprises d'économie sociale du réseau RESSOURCES reçoivent, récoltent, trient, réparent, recyclent et revendent des produits en fin de vie. Plus de 50.000 tonnes de biens trouvent ainsi une nouvelle vie chaque année !*

*Durant le week-end et la semaine, partez à leur découverte à Bruxelles et dans toute la Wallonie. Donnez une seconde vie à vos objets avec des ateliers d'upcycling, faites de bonnes affaires en achetant des objets de seconde main. Chinez, glanez, récupérez !*

(Rédaction en ligne, 2 mai 2014 - <http://www.lalibre.be/lifestyle/magazine/ce-week-end-on-recupere-5363c7c3357061b533a1189e>)

