

UNITÉ 5 :

Le surtoît.

Une aide adéquate. LA MORALE



4ème

Pour rechercher la vérité je dois être critique.

Le monde ne m'offre pas le bonheur.

La vérité est écrite dans mon cœur.

La morale est un bâton dans mon chemin.

La vie, un DON.

1. Que m'offre le monde ?

« Ne pas se conformer à la mentalité de ce monde ».

Rm 12,2



Montrer la vision déformée que la société a de la sexualité et les accompagner à découvrir qu'ils sont susceptibles d'être manipulés selon le caprice des intérêts sociaux, et qu'ils doivent être critiques et commencer à s'intéresser et à rechercher les fondements de la vérité.

ACTIVITÉ 1 : L'on commence la session en invitant les jeunes à mettre un frein dans leur vie. Afin qu'ils n'aillent pas si vite et qu'ils soient en mesure d'ouvrir leurs yeux et de regarder attentivement autour d'eux.

ACTIVITÉS 2-3-4 : Avec ces activités, on veut montrer aux jeunes comment la dimension sexuelle de la personne est utilisée comme réclame dans la publicité et dans la société de consommation dans laquelle nous vivons.

On leur montre les photos d'annonces publicitaires de trois produits différents tels qu'un fruit, un



jus et un déodorant. Ces annonces peuvent être projetées.

Ces trois produits n'ont rien en commun, au-delà d'une forte composante érotique :

- Les fruits sont représentés sous la forme d'une poitrine féminine. Même l'emballage fait penser à un sous-vêtement féminin.
- Le déodorant provoque chez le protagoniste une rupture « physique » de son corps entre l'amour et le désir sexuel.
- Le « jeu électronique » est utilisé dans le cadre d'un rapport sexuel, en l'assimilant au jeu sexuel.

L'enseignant invite les jeunes à... exposer leurs idées sur les publicités en les aidant avec des mots comme : SEXUALITÉ, DÉSIR, OBJET, CONSOMMATION, CORPS, UNITÉ, POUVOIR, HOMME, FEMME et RELATION.

Grâce au débat entre camarades, l'enseignant induira les jeunes à les faire réfléchir sur quelles sont les idées d'une vision déformée de la sexualité montrées par la société et comment une dimension constitutive de la personne est utilisée et réduite à un PRODUIT DE CONSOMMATION.

Les jeunes sont invités à être critiques en discutant d'autres publicités et, si possible, en apportant d'autres exemples dans une autre session afin de pouvoir les partager.

ACTIVITÉ 5 : Ensuite, on leur montre quatre images qui représentent la société dans laquelle nous vivons et on les invite à décrire ce qu'ils voient dans les dessins. Les images peuvent être distribuées dans des groupes :



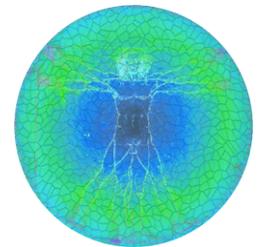
CONSUMÉRISTE



COMPÉTITIF



UTILITARISTE



DUALISTE

Puis, on leur demande de décrire ces concepts, en essayant de le faire selon la personne et la vision concernant la sexualité.

Ainsi, l'enseignant, après avoir écouté l'exposé des jeunes, concentra les idées sur les concepts suivants :

CONSUMÉRISTE : Le but de la société est la production de masse de biens de consommation, en transformant de simples objets en biens nécessaires. La PERSONNE finit par être un OBJET DE CONSOMMATION, un OBJET DE DÉSIR.

COMPÉTITIF : On impose la loi de ce qui est plus. Nous entrons dans une frénésie du pouvoir, de l'égoïsme, d'avoir et de vouloir de plus en plus. Nous finissons par voir l'autre comme un ennemi. Comme quelqu'un qui doit être éliminé. Ce TU, qui me construit en tant que personne, qui me permet de grandir, n'est plus une OPPORTUNITÉ pour moi.

UTILITARISTE : La société incorpore la personne pour ce qu'elle vaut, pour ce à quoi elle sert. La personne n'a pas de valeur en elle-même, sauf pour ce qu'elle m'offre. Si c'est un fardeau économique ou social, je la supprime. C'est ainsi que, dans la société, nous mettons de côté les personnes âgées. Nous éliminons les enfants qui ont une quelconque malformation ou parce qu'à un moment donné, ils sont gênants pour moi. La personne est transformée en quelque chose qui nous sert ou pas.

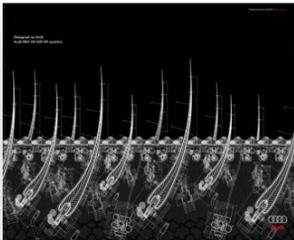
DUALISTE : La vision dualiste de l'homme divise la personne en deux : en une âme et en un corps. Une rupture se produit dans la personne. Mon âme, d'un côté, et mon corps (qui n'est pas MOI) de l'autre. D'où la préoccupation que nous avons pour le corps. Pour le culte du corps. Et le corps se convertit en un objet de désir.

ACTIVITÉS 6-7-8-9 : La session continue avec la projection de trois *spots* publicitaires d'une voiture, avec le même modèle montré dans les deux premiers, et un modèle différent dans le troisième.

LA PREMIÈRE ANNONCE : Il est axé sur un public d'âge moyen. Les couleurs sont dans une gamme de gris et de noirs qui apportent de la sobriété et de l'élégance. La musique choisie est celle classique et elle a une parfaite harmonie avec le mouvement des pièces de la voiture qui apparaissent. On montre le mécanisme interne du moteur qui fonctionne à la perfection et ressemble au rythme du cœur. Elle transmet une certaine sécurité.

LA DEUXIÈME ANNONCE : Elle est destinée à un public jeune. Le *spot* est plein de couleurs. La carrosserie est d'un rouge intense. La musique est mouvementée et à haut volume. Les images ont un fort impact et la voiture circule à grande vitesse sur la route. Elle transmet un certain vertige, du divertissement et de l'aventure.

LA TROISIÈME ANNONCE : C'est une voiture familiale et donc le public intéressé est celui des parents. Elle est utilisée comme une accroche pour les enfants vu que l'annonce se concentre sur la rivalité qui se produit entre deux enfants qui sont assis sur la banquette arrière de deux voitures. Un des enfants est dans une voiture de sport et a dans ses mains une voiture jouet qu'il montre à l'autre garçon en se moquant, jusqu'à ce que son visage change d'expression parce qu'il observe comment le père de l'autre enfant est en train de mettre dans le grand coffre de la voiture familiale une voiture de sport jouet à grandeur nature. On pose une série de questions aux jeunes concernant ces publicités et ils sont invités à reconnaître les différences qui ont déjà été explicitées auparavant. L'enseignant devrait mener les questions afin de parvenir à ces conclusions.



http://www.youtube.com/watch?v=7H-K2Mu9_Ys



<http://www.youtube.com/watch?v=EA-mgkM-Uo>

L'objectif de ces activités est que les jeunes arrivent à se reconnaître comme des objets de consommation et qu'ils se rendent compte qu'ils sont manipulés pour des intérêts sociaux. Il est important, en cet aspect, que l'enseignant les encourage à être critiques envers tout ce que la société leur propose : la mode, la télévision, la musique, la publicité, la valeur de la personne et la sexualité. Qu'ils ne se laissent pas manipuler par n'importe qui. Qu'ils recherchent la vérité.

ACTIVITÉ 10 : On continue sur la même ligne que les activités précédentes avec la présentation d'une publicité dans laquelle apparaît un message très clair qui est ainsi énoncé : Tu y tomberas toi aussi !



...Tu y caerás también !

Cette annonce a un contenu érotique clair. Le corps de l'homme est utilisé comme irrésistible à être « expérimenté », comme si le corps lui-même était une glace. Une main féminine apparaît qui ne sait pas résister à prendre un morceau. Avec ce message aussi clair, nous invitons les jeunes à réfléchir sur les sentiments que leur provoque le fait de se savoir manipulés.

L'enseignant fera référence à l'histoire de Pinocchio, qui a été développée dans l'unité 3, en rappelant aux élèves les conséquences que Pinocchio a endurées en suivant ses prétendus amis et les invitera à réfléchir sur le fait que souvent ce qui attire n'est pas toujours ce qui conduit au bonheur.

ACTIVITÉ 11 : La réunion se termine par un moment de pause et en facilitant une atmosphère de tranquillité et de réflexion. Les jeunes sont invités à se regarder à l'intérieur et à réfléchir à nouveau sur la façon dont la société les affecte. Ce qu'ils pensent et s'ils sont conscients des paroles des chansons qu'ils chantent, des vêtements qu'ils portent, du monde des tatouages et des *piercings*, de la façon dont ils se rapportent à leurs amis, de la vitesse de la vie, de ce qu'ils achètent, de ce qu'ils jettent, de l'utilisation des choses, etc.

Nous vivons dans une société de consommation où la personne finit par être un OBJET de DÉSIR.

La personne n'a pas de valeur en elle-même, sauf pour ce qu'elle m'offre ou m'apporte.

C'est une société utilitariste.

Nous vivons dans un monde compétitif et les relations humaines se vivent également dans cette perspective. Il semble que celui qui est à côté de moi est mon ennemi.

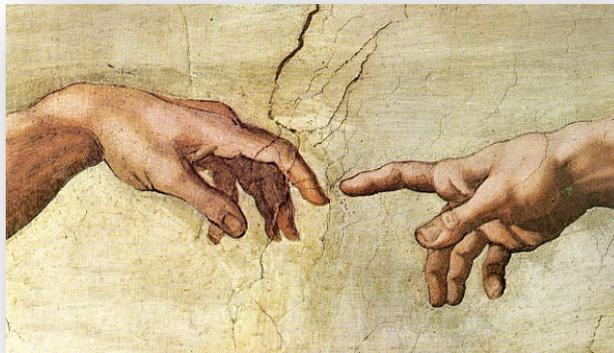
**LA PERSONNE EST DÉVALUÉE.
ELLE EST RÉDUITE À UN OBJET DE DÉSIR.**

NE TE LAISSES PAS MANIPULER !!



Ces doigts qui montrent. Dessin au crayon et à la craie blanche.
Natalia Núñez

SOIS TOUJOURS À LA RECHERCHE DE LA VÉRITÉ !!



Détail de la Chapelle Sixtine. Michel-Ange

TEMPS ET MATÉRIEL

Cette fiche a été conçue pour des élèves de 4ème.

Il convient d'effectuer cette fiche en deux sessions. Les jeunes sont invités à contribuer en fournissant des annonces publicitaires et des séries télévisées où l'on peut voir l'influence de la société dans la valeur de la personne et dans la sexualité.

ACTIVITÉ	TEMPS (minutes)	MATÉRIEL
Activité 1 : Présentation.	5	Fiche.
Activ. 2-3-4 : Réflexion personnelle et travail en groupe.	20	Annonces.
Activ. 5 : Réflexion personnelle.	10	Images du monde. Papier et crayon.
Activ. 6-7-8-9 : Observer et réfléchir. Mise en commun.	30	Projecteur. Fiche et annonces publicitaires des cochés.
Matériel apporté par les jeunes.		
Activ. 10 : Réflexion personnelle.	10	Image de la publicité : Tu y tomberas toi aussi !
Activ. 11: Réflexion et conclusion.	10	Papier et crayon. Fiche.