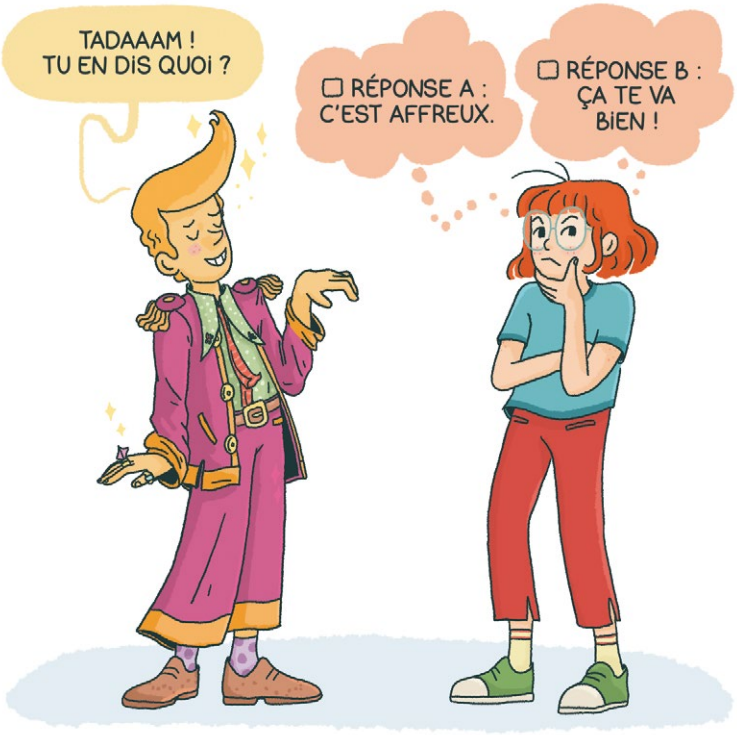
Philéas & Autobule
Les enfants philosophes

88

DOSSIER PÉDAGOGIQUE

Pourquoi tu mens ?





Auteur de la séquence philo « Pourquoi tu mens ? » **Jean-Charles Pettier** (philosophe)
Autrice de la séquence médias « La publicité mensongère » **Lauriane Voos** (animatrice jeunesse diplômée en éducation aux médias)

Dessins de Philéas et Autobule **Pauline Spira** / Éditeurs **Laïcité Brabant wallon** et **Entre-vues** / Rédactrice en chef et coordinatrice **Catherine Steffens** / Chargée d'édition et de suivi artistique **Carine Simão Pires** / Secrétaires de rédaction **Niels Thorez** et **Youry Zambrano** / Animations et formations **www.polephilo.be** / Responsable de la communication **Cassandra Chazel** / Responsable des abonnements et des ventes **Nathalie Marchal** / Graphisme et mise en page **Louise Laurent (www.louiselaurent.be).**

Février - Mars 2024 – Éditeur responsable : **Paul Knudsen**

Contact rédaction **redaction@phileasetautobule.com, tél : 0032 (0)10 22 31 91**

Avec le soutien du Centre d'Action Laïque et de ses régionales : 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.

Ce dossier constitue l'accompagnement pédagogique de la revue *Philéas & Autobule*. Tous les dossiers pédagogiques sont téléchargeables gratuitement sur le site **www.phileasetautobule.com**.

DANS CE DOSSIER



Une séquence philo
Pourquoi tu mens ? 4

- Définir le concept de mensonge
- Problématiser le concept de mensonge
- Interroger les raisons du mensonge

Mots-clés : mensonge | vérité | fausses informations

Annexe 15



Une séquence médias
La publicité mensongère 17

- Définir les concepts de publicité et publicité mensongère
- Analyser des publicités
- Évaluer le caractère mensonger ou trompeur de publicités

Mots-clés : publicité | mensonge | lois

Annexes 25

Séquence philo

Pourquoi tu mens ?

Auteur : Jean-Charles Pettier (philosophe)



Objectifs

- Définir la notion de mensonge : en opposant mensonge et vérité, il s'agira de comparer le mensonge, créé sciemment pour tromper, à l'erreur, involontaire et faite en toute bonne foi. On examinera des niveaux plus ou moins importants du mensonge, de la dissimulation d'une partie de la vérité à l'énonciation de faits totalement inventés.
- Problématiser le mensonge : on questionnera les finalités du mensonge, pour voir si certains mensonges sont excusables, voire nécessaires, alors que le mensonge serait vu comme quelque chose de condamnable a priori.
- Élargir la réflexion : on passera ainsi du mensonge individuel, suggéré par l'affiche, au mensonge politique créé pour manipuler les foules, notamment par le biais des technologies de l'information.

Durée
2 x 50 min

Âge
De 8 à 13 ans

Matériel

- L'affiche parue dans la revue *Philéas & Autobule* n°88, « Pourquoi tu mens ? »
- Par petits groupes d'enfants, une feuille A3 pour produire éventuellement une affiche
- Une feuille A3 pour produire éventuellement une affiche collective lors de la deuxième séance
- Un cahier de pensées personnelles par enfant (réutilisable d'une séance à l'autre)

Compétences du programme d'Éducation à la philosophie et à la citoyenneté[1]

1. Élaborer un questionnement philosophique

➲ À partir de l'étonnement, formuler des questions à portée philosophique (1.1)

- Formuler son étonnement à propos de situations, de problèmes, etc., et en dégager une question pouvant servir de base à une réflexion de type philosophique (étape 1)

➲ Recourir à l'imagination pour élargir le questionnement (1.3)

- Comparer et confronter différentes alternatives (étape 3)

2. Assurer la cohérence de sa pensée

➲ Reconstruire des concepts liés à la philosophie et la citoyenneté (2.1)

- Proposer des exemples et des contre-exemples d'un concept pour en dégager la signification (étape 2)
- Identifier les différentes significations d'un concept en fonction du contexte (étape 2)
- Distinguer un concept d'autres concepts (étape 3)

➲ Construire un raisonnement logique (2.2)

- Passer du particulier au général, du général au particulier (étape 3)

3. Prendre position de manière argumentée

➲ Se positionner (3.2)

- Relier une prise de position ou une action à des raisons (étape 2)
- Nuancer une prise de position (étape 3)

5. Se décentrer par la discussion

➲ Élargir sa perspective (5.2)

- Analyser une situation depuis une perspective différente de la sienne (étape 3)

1. Issues des Socles de compétences publiés par la Fédération Wallonie-Bruxelles sur le site www.enseignement.be. La numérotation correspond aux titres et sous-titres du référentiel. Notre sélection, non exhaustive, indique les principales compétences mobilisées dans cette séquence.

PRÉPARATION

1. PRENDRE CONNAISSANCE DE CETTE SÉQUENCE

L'animateur lit le déroulement présenté dans ces pages, ainsi que le document « Comment lire cette séquence » (annexe, p. 15) qui s'adresse plus particulièrement aux animateurs se préparant à animer pour la première fois ce type de séquence philo portant sur une affiche *Philéas & Autobule*.

2. SE POSER PERSONNELLEMENT LES QUESTIONS QUE DÉCOUVRIRONT LES ENFANTS PENDANT L'ANIMATION

L'animateur peut se préparer utilement en explorant personnellement le questionnement et les démarches réflexives qu'il s'apprête à proposer aux enfants : il ne s'agira, dans ce qui suit, ni de les amener à rejeter le mensonge parce qu'il serait forcément condamnable, ni de le leur faire adopter comme s'il ne posait aucun problème.

Cette préparation lui permet d'une part de clarifier le champ de discussion auquel s'attendre, d'identifier les enjeux, les questions peu évidentes, etc. et d'autre part, d'identifier ses propres croyances et présupposés, pour s'offrir un pas de recul et animer dans une posture plus consciente des biais personnels qu'il pourrait être tenté de donner à la discussion.

Quelques pistes pour chercher à **définir** :

NB : Certaines des pistes sont directement fournies par l'observation commentée de l'affiche, d'autres pourront être suggérées dans les échanges.

Par opposition et comparaison :

Comparer et opposer est au cœur de la réflexion sur le mensonge, puisque c'est par comparaison entre la réalité des faits et ce qui est dit qu'il est établi. Réfléchir à partir de l'affiche consistera à comparer par exemple ce qui est retenu par le photographe à l'environnement réel de prise de la photo.

L'approche du mensonge conduirait à l'opposer à l'idéal de la vérité comme adéquation entre les faits et le langage qui en rend compte. On aurait alors tendance à faire de la vérité un idéal positif du Bien. Deux types de vérités seraient comparables :

- d'une part, une vérité « révélée » pour qui croit en un prophète, un messie, qui selon lui véhicule la parole d'un dieu. Le mensonge est alors l'œuvre du malin, d'un génie trompeur. Il est volonté consciente de faire le mal, de tromper pour s'opposer à la volonté divine. Évoquer la vérité « révélée » est possible à partir de certaines des questions proposées, mais certains animateurs préféreront peut-être ne pas le faire pour ne pas risquer de dérapage en confrontant des « fois » différentes dans la classe.

- d'autre part, la vérité de type scientifique, construite par la raison dans un langage scientifique, qui décrit et théorise la réalité sans connotation morale.

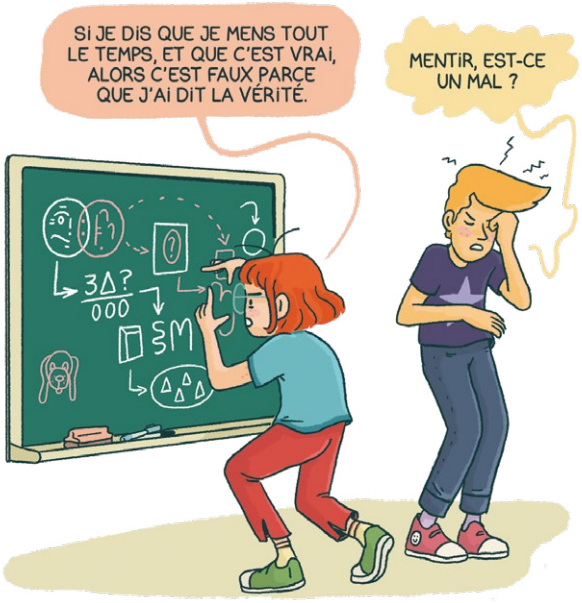
Mais ne pas dire la vérité peut aussi, en toute « bonne foi », être le fruit d'une erreur. Il s'agira donc de comparer erreur (involontaire) et mensonge (conscient et volontaire). On pourra identifier les mensonges selon leur ampleur, tant du point de vue de « qui » ment, que de « qui » ou « ce qui » est l'objet du mensonge. Ne pas dire toute

la vérité peut consister à inventer de toute part des faits qui n'ont jamais existé. Mentir serait alors ne rien dire de vrai. On en aura des exemples à des niveaux différents de mise en cause dans la rumeur ou la diffamation, par exemple, visant à disqualifier l'intégrité et la probité de quelqu'un, d'un groupe, d'un peuple.

Mentir à grande échelle, si cela a peut-être toujours existé, prend un sens nouveau dans le monde contemporain. Depuis quelques années, des responsables politiques font de l'exploitation de « fake news » un mode systématique de gouvernance, y compris en démocratie, notamment par le développement des réseaux sociaux, d'internet. Retournant la question de la vérité, la légitime méfiance que le citoyen doit avoir par rapport aux médias est confondue avec l'idée qu'ils mentiraient systématiquement, et qu'on pourrait appeler vérité ce qui est considéré comme tel par un individu. C'est alors des définitions du mensonge et de la vérité nouvelles qui apparaissent : est menteur non plus celui qui tronquerait l'expression des faits, mais celui qui ne dirait pas ce qu'il pense. Parler « vrai » serait dire ce qu'on pense, même si ce n'est objectivement pas la réalité. Il y aurait alors autant de vérités alternatives que d'individus, et non plus « une » vérité d'une part (la vérité des faits) et des mensonges d'autre part.

Cela peut être comparé à des mensonges de moindre ampleur : le trompeur, au nom de la vraisemblance du mensonge, peut vouloir sauvegarder une part de vérité tout en inventant le reste. On sera dans un mensonge « plausible ». Il peut aussi ne rien inventer, mais plus simplement dissimuler ou omettre une partie. Comme sur l'affiche : focaliser son regard sur un élément détaché du contexte n'est pas complètement faux…

Mais l'affiche nous interroge : « Pourquoi ? » Là encore, on pourra comparer des justifications et des objectifs différents au mensonge. S'il peut se justifier par le souci de faire le mal en trompant, il est aussi, parfois, souci de préserver l'autre. Peut-être que le personnage de l'affiche veut simplement rendre heureux ou rassurer celui par qui sa photographie sera vue ?



En justifiant :

Il s'agira d'identifier d'abord les raisons qui justifient concrètement, rationnellement, le mensonge : d'un mensonge pour se préserver (peut-on se mentir à soi-même ?), à ce qui justifie le mensonge dans un groupe restreint (préserver des amitiés, la possibilité de relations avec les autres) ou une société (maintenir l'ordre social ou au contraire, le renverser). Il faudra distinguer ces justifications d'une justification morale qui peut conduire à des justifications morales différentes, par exemple au nom de préceptes religieux, et à des positionnements éthiques différents d'un enfant à un autre.

En déclinant donc, d'une part des causes de mensonges, des « pourquoi » ; puis des modalités du mensonge, de l'omission à l'invention partielle ou totale. En déclinant enfin des appréciations morales aux mensonges, partant de ce qui pourrait

être considéré comme moralement vil (par exemple abuser de la faiblesse d'autrui pour des raisons personnelles) à ce qui serait considéré comme moralement élevé (par exemple mentir de façon désintéressée au nom d'un idéal).

En décrivant :

En partant des descriptions de mensonges interpersonnels à l'échelle réduite et courante des enfants, pour dégager, à une échelle sociale plus large, la nature et les questions que le mensonge soulève alors. Par exemple, en termes de relations entre les individus dans un groupe culturel, une société, ou à l'échelle politique du gouvernement. Pourrait-on envisager des mensonges à l'échelle de l'humanité ? Pourrait-on considérer que certains récits sont une forme de mensonge permettant de fonder telle ou telle conception de l'humanité ?

On pourra alors **problématiser :**

Si le langage ne rend pas forcément compte de la réalité, il peut y avoir plusieurs causes à cela. Peut-être n'est-il pas suffisamment précis et développé pour pouvoir manifester simultanément tous les aspects de la réalité ? Peut-être aussi que décrire toute la réalité, si c'était possible, reviendrait à n'en privilégier aucun aspect, au détriment du sens dont la vérité a peut-être besoin pour s'affirmer ?

Est-il évident d'identifier le « mensonge » à un acte condamnable ? À l'échelle des individus, peut-il être une façon de préserver l'autre ? Mais qui suis-je pour en juger ? À l'échelle d'une société, si le mensonge « pacificateur » permet de se donner des projets communs, peut-il aussi conduire à la guerre ?

On tentera enfin d'**ouvrir les perspectives :**

Croisant les perspectives individuelle et politique, on se demandera si, finalement, un monde sans mensonge est non seulement possible, mais souhaitable. La psychologie sociale semble indiquer que tout le monde ment, ne serait-ce que par omission, un nombre important de fois par jour, par impossibilité matérielle de « tout dire de tout ». Faut-il pourtant faire de la vérité un idéal au nom duquel on régulerait son action ? Un monde de vérité serait un monde de transparence : est-elle forcément souhaitable ? Si la démocratie contemporaine a pu se construire, c'est en faisant du contrat entre les individus l'assise du politique, mais c'est également en posant la nécessité d'un espace privé sur lequel les autres n'ont pas de regard. Le préserver, c'est peut-être ménager à chacun la possibilité d'un espace où il pourra se retrouver, hors des contraintes sociales.

DÉROULEMENT

1. PREMIÈRE APPROCHE DU PROBLÈME POSÉ, ANCRAGE DANS LE QUOTIDIEN (SÉANCE 1 – 50 MIN)

1.1. Cadrer l'activité

Vous débutez ? La fiche « Comment lire cette séquence » (annexe, p. 15) rappelle quelques questions de cadre bien utiles en introduction de chaque séance.

1.2. Décrire l'affiche sans montrer la question

Les **objectifs** sont d'identifier les éléments du support ; donner sens à la question posée ; permettre aux enfants une première expression simple (des constats), puis plus complexe (des avis, des hypothèses).

L'animateur donne cette **consigne** : *« Nous allons examiner cette affiche pour pouvoir la décrire et tenter de la comprendre. »*

Exemples de questions pour faire décrire : Que voit-on sur l'affiche ? Que remarquez-vous concernant la façon dont l'affiche est coloriée : tout est-il du même genre de couleur ? Quels sont les personnages humains visibles, combien sont-ils ? Comment ces personnages humains sont-ils habillés ? Sont-ils tous facilement perceptibles : pourquoi (penser aussi à celui qui tient l'appareil) ? Que voit-on sur l'affiche à part ces personnages humains : y a-t-il d'autres personnages, des objets ? Y a-t-il un objet plus important que les autres ? Qu'est-il en train de se passer ? Où cela se passe-t-il ? Comment se tient chacun des personnages ? Quelle(s) action(s) fait-il ?

Exemples de questions pour donner son avis concernant l'affiche : À votre avis, d'après les détails que nous avons observés, pourquoi les couleurs sont-elles différentes entre ce qui est devant, photographié, et ce qui est derrière ? Qui sont ces différents personnages (le « héros », les autres personnages visibles, celui qui prend la photo, ceux qui la verront) ? D'après vous, cette affiche représente-t-elle une situation (prendre une photo en sélectionnant le cadrage) qui pourrait être réelle, ou bien une situation imaginaire ? Si vous pouviez choisir, à la place de quel personnage aimeriez-vous être, et pourquoi ? D'après vous, qu'est-ce qui est le plus important dans cette affiche ? Sur quoi veut-on attirer l'attention de celui qui regarde l'affiche ? Pensez-vous que l'auteur de l'affiche veut faire comprendre quelque chose à ceux qui la regardent ?

1.3. Passer de l'examen des problèmes soulevés par l'affiche à une problématique plus générale

Les **objectifs** sont de créer une dynamique de questionnement sur l'affiche ; permettre de comprendre le problème posé en faisant le lien entre question et dessin, pour donner au problème un sens concret et proche.

L'animateur donne cette première **consigne** (sans dévoiler la question) : *« À partir de ce que nous avons décrit, nous allons essayer de trouver de quoi nous allons parler, la question que pose cette affiche. Attention, ce n'est pas facile et il est tout à fait possible qu'on ne trouve pas la bonne réponse. »*

Exemples de questions pour permettre des hypothèses : Quel va être notre sujet ? Qu'est-ce qui nous y a fait penser sur cette affiche : quels sont les détails

particuliers qui ont attiré notre attention ? Qu'y a-t-il de particulier qui pourrait nous faire comprendre le sujet ? Quelle pourrait alors être la question posée ?

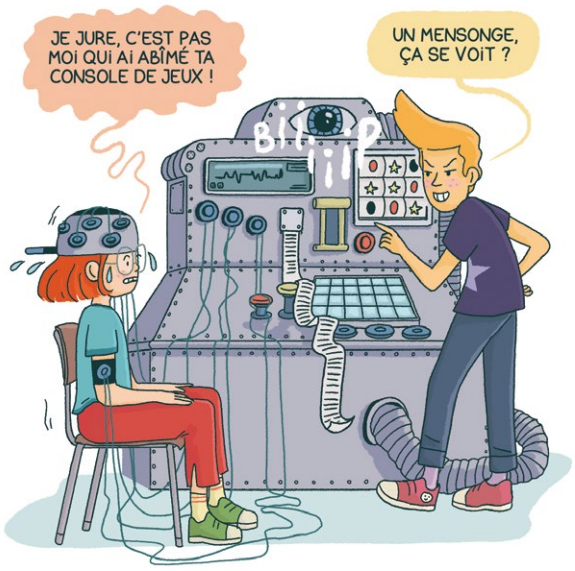
L'animateur donne cette deuxième **consigne** (après avoir dévoilé la question) : *« Nous allons examiner le rapport entre l'affiche et la question. »*

Exemples de questions pour examiner le lien question/dessin : Avions-nous trouvé la question posée ? Quel est le rapport entre la question de l'affiche et ce qui est dessiné ? Quels sont les détails importants du dessin, compte tenu de la question posée ? D'après vous, est-ce que cette question se pose pour chacun des personnages dans cette situation ? Trouvez-vous que ce qui est représenté sur le téléphone est un mensonge par rapport à la réalité que l'on voit sur l'affiche ? Pensez-vous que, comme sur l'affiche, mentir consiste juste à ne dire ou montrer qu'une partie de la vérité ?

L'animateur donne cette troisième **consigne** : *« Nous allons maintenant voir si vous aviez déjà parlé ou si vous aviez déjà réfléchi à ce qu'est le mensonge. »*

Exemples de questions pour faire du lien avec la vie courante : Avez-vous déjà été dans des situations qui font penser à celle de l'affiche ? Avez-vous déjà été dans des situations où vous avez ressenti le besoin de mentir : pourquoi, que s'était-il passé ? Trouvez-vous que la façon dont la photo est prise sur l'affiche ressemble à ce qu'on fait dans la vie de tous les jours ? Pouvez-vous décrire d'autres situations de la vie courante où l'on ment ? Connaissez-vous des situations où l'on ne ment pas, et pourtant on ne dit pas la vérité : à l'école ? Dans la vie de tous les jours ? Pouvez-vous décrire une situation où il vous semble que mentir peut être important, et expliquer pourquoi : à l'école ? Dans la vie de tous les jours ? À la maison ? Dans le pays où nous vivons ? Dans d'autres pays ou entre les pays ? Dans le monde entier ? Connaissez-vous des situations à d'autres époques dans notre pays, ou bien dans d'autres pays, où l'on a menti concernant des choses importantes ?

Connaissez-vous des exemples de mensonges : qui ont changé, évolué, par rapport à « avant » ? Qui sont apparus et n'existaient pas avant ? Qui ont disparu ? Connaissez-vous des exemples de mensonges que certains humains aimeraient bien créer ou au contraire voir disparaitre ?



Exemples de questions pour examiner ce lien : À quelle (s) occasion(s) peut-on s'apercevoir qu'il y a un mensonge (reprendre les exemples vus dans la vie courante) ? Quand il y a un mensonge, comment fait-on pour trouver la vérité ? À l'école, ce que l'on apprend a-t-il un rapport, ou pas, avec la vérité ? Y a-t-il d'autres lieux que l'école où l'on apprend d'autres genres de vérités ? De quoi dépendent ces autres vérités (rapport aux croyances) ? Si l'on compare ces situations, est-ce que c'est toujours du même genre de mensonge dont on parle ? Est-ce que certains de ces mensonges peuvent ne concerner que peu de personnes, d'autres, au contraire, beaucoup ? Est-ce que certains de ces mensonges peuvent avoir une part de vérité quand même ? Peut-il arriver que, dans la même situation, des personnes trouvent qu'il y a un problème de mensonge et d'autres pas ?

Pour chacun des exemples de mensonges, on pourra demander : et vous, qu'en pensez-vous ? Vous sentez-vous concernés par ce genre de mensonge ? Qu'est-ce que cela vous fait dans votre tête, dans votre corps lorsque vous rencontrez ce genre de mensonge ? Qu'est-ce que ça fait dans votre corps, dans votre tête quand vous mentez ? Quand vous cachez une partie de la vérité ? Tout le monde est-il d'accord avec ce qui est dit ?

1.4. Caractériser le sujet et apporter des premières réponses à la question

L'animateur donne cette **consigne** : *« D'après ce que nous avons dit, nous allons essayer d'expliquer ce qu'est mentir, et pourquoi on ment. »*

Exemples de questions pour généraliser et définir : Quels sont les éléments que l'on trouve à la fois dans les exemples que nous avons pris et dans la situation proposée sur l'affiche, qui nous permettraient d'expliquer ce qu'est mentir et pourquoi on le fait ? Tous les mensonges sont-ils aussi graves ou importants les uns que les autres ? Peut-il parfois arriver dans certains cas qu'on ne dise pas la vérité, sans pourtant mentir ? Peut-il arriver que certaines choses soient considérées par certaines personnes comme des vérités, sans qu'elles le soient par les autres ? De quoi ce genre de vérités dépendent-elles alors ? Si vous vouliez expliquer ou faire comprendre à un petit enfant ce qu'est mentir et pourquoi on le fait, quels exemples pourriez-vous prendre : que pourriez-vous faire, que pourriez-vous lui montrer, que pourriez-vous lui dire ?

Quelle est, selon vous, la définition d'un mensonge ? Quelle réponse apporteriez-vous à la question qui est posée sur l'affiche ?

1.5. Identifier l'essentiel

Ce temps de retour sur les échanges et d'identification de ce qui parait important peut se faire selon **l'une des trois modalités suivantes** :

a. Une prise de parole individuelle

L'animateur donne cette **consigne** : *« Chacun va essayer d'exprimer brièvement le mot ou l'idée qui, dans tous nos échanges, lui a paru le plus important pour expliquer une raison importante de mentir. Nous voterons ensuite pour retenir les quatre qui sont le plus choisis. Chacun pourra voter plusieurs fois. »*

L'animateur donne cette deuxième **consigne** : *« Nous allons tracer deux colonnes :*

Que placeriez-vous, dans la première colonne, comme situations (dites-en quelques mots) où il y a une raison valable de mentir ? Il peut ne pas y en avoir pour certains d'entre vous.

Que placeriez-vous dans l'autre colonne, comme situations (écrites en quelques mots) où il vous semble qu'il n'y a pas de raison valable de mentir ? Il peut ne pas y en avoir pour certains d'entre vous.

b. Un échange par petits groupes et un choix argumenté

L'animateur donne cette consigne : *« Dans chaque petit groupe, chacun va essayer de trouver le mot le plus important dans ce qui a été dit aujourd'hui pour parler des raisons de mentir. Il faudra ensuite ne retenir qu'un seul mot parmi tous ceux proposés, par exemple s'il y en a un que plusieurs membres du groupe avaient trouvé. Vous devrez ensemble trouver un exemple d'une situation où l'on ment pour cette raison-là. Lors de la prochaine séance, le choix de chaque groupe sera réexaminé par tout le groupe. »*

c. Des idées pour examiner le mensonge dans la classe

Cette troisième modalité, qui repose sur une démarche d'opérationnalisation, permet aux enfants de reformuler l'essentiel des échanges en le traduisant en actions concrètes.

L'animateur donne cette consigne : « *Chacun essaye de voir s'il peut proposer une action qui permettrait de ne plus avoir à mentir dans le groupe. Nous ferons une liste de celles qui paraissent possibles et nous voterons pour garder celle qui parait la plus utile.* »

2. PROBLÉMATISER, ÉLARGIR ET ABSTRAIRE VERS L'UNIVERSEL (SÉANCE 2 – 50 MIN)

2.1. Cadrer l'activité

Vous débutez ? La fiche « Comment lire cette séquence » (annexe, p. 15) rappelle quelques questions de cadre bien utiles en introduction de chaque séance.

2.2. Se rappeler la séance précédente avant d'approfondir

L'animateur donne cette **consigne** : « *Sans reprendre l'affiche, nous allons prendre un peu de temps pour nous souvenir de ce qui a été dit la dernière fois. Vous avez une minute pour y réfléchir, puis nous échangerons.* »

Exemples de questions pour se remémorer la séance précédente : Qu'y avait-il sur l'affiche, que montrait-elle ? Quelle était la question posée ? Puis, plus précisément : qu'y avait-il sur l'affiche qui faisait penser au mensonge (ou à son contraire, la vérité) ? Quelles sont les questions que nous nous sommes posées ? Qu'avons-nous fait à la fin de la séance ?

2.3. Examiner de façon critique certaines des réalisations précédentes, ou les mots essentiels sélectionnés en fin de première séance

L'objectif est d'approfondir le sujet en problématisant les réponses apportées et en poursuivant le travail de définition du mensonge, de l'identification de ses raisons et objectifs.

L'animateur donne cette **consigne** : « *Nous allons maintenant examiner un par un les choix des mots retenus la dernière fois, avec leur exemple, et en discuter.* »

Exemples de questions pour problématiser :

Questions générales : Ce qui vient d'être dit est-il toujours vrai ? Toujours faux ? Vrai (ou faux) juste pour une personne, pour certains d'entre nous, pour tous les êtres humains ? Pour personne ?

Connaissez-vous un exemple qui montrerait que ce qui a été dit n'est pas forcément vrai (ou faux) ?

Questions spécifiques à la notion de mensonge : Quand on ment, est-ce que cela signifie forcément qu'on veut faire du mal ? Peut-on le faire pour tenter d'être au contraire gentil, bienveillant ? Un mensonge peut-il à la fois être tout petit et pourtant très grave ?

Trouvez-vous que mentir pour préserver l'autre est forcément une chose qui est souhaitable, ou pas ? Y a-t-il des exemples où, au contraire, on trouverait qu'il ne serait jamais souhaitable de mentir ?

Est-ce que ce serait grave, ou pas, si l'on donnait comme réponse à la question de l'affiche qu'on ment pour faire du mal ? Quelle différence peut-il y avoir entre des personnes qui pensent qu'il faut parfois – ou toujours – mentir et d'autres qui pensent qu'il ne faut jamais mentir ? Quelle(s) différence(s) pourrait-il y avoir entre un pays où l'on déciderait de ne jamais mentir et un pays où le mensonge est possible ?

Connaissez-vous un exemple de mensonge auquel tous les humains pourraient s'opposer ? Est-ce qu'un mensonge, cela se voit toujours ou bien existe-t-il des mensonges qui ne se voient pas : en avez-vous des exemples ? Est-il possible d'accepter des mensonges sans même s'en rendre compte : à l'école, dans la vie de tous les jours ? Est-il parfois possible de ressentir qu'il y a un mensonge (qui nous concernent directement, ou pas) alors que les autres ne s'en aperçoivent pas ?

Est-ce qu'un mensonge dont personne ne se rendrait compte n'aurait finalement aucune importance ?

Pensez-vous qu'il faut toujours rechercher la vérité ? Quand la vérité pourrait faire du mal, est-ce que cela signifie qu'il faut la dissimuler ?

Exemples de questions pour conceptualiser, articuler certaines des idées :

Questions générales : Ce que tu dis là, est-ce forcément opposé à ce qui était dit avant ? Est-ce la même chose que ce que disait untel ? Qu'est-ce que cela a de pareil, de différent ? Est-il possible de combiner ce que tu dis avec ce que disait untel ?

Questions spécifiques à la notion de mensonge : D'après ce que nous avons dit aujourd'hui et l'autre jour, et les exemples que nous avons pris pour parler du mensonge, de ses causes, et de la vérité : diriez-vous que quand on parle des raisons et de la gravité des mensonges on parle toujours de la même chose ? ; au contraire, qu'il y a plusieurs sortes de raisons à des échelles différentes, avec des conséquences différentes ?



D'après vous, à partir de quel moment devrait-on se dire : « ce mensonge n'est pas acceptable » ou bien au contraire « il ne faut pas dire la vérité » ?

D'après vous, à partir de quel moment, de quels évènements, devrait-on se dire : « Il faut absolument que la vérité soit connue » ? Au moment de dire la vérité, à quoi devrait-on faire attention ? Devrait-on, parfois, forcer les personnes à entendre et respecter la vérité, ou même à la dire ? Devrait-on, selon vous, faire du mal à certaines personnes pour les forcer à dire la vérité ?

2.4. Répondre à la question posée

Le premier **objectif** est de permettre au groupe de construire une réponse visant l'universel.

L'animateur donne cette **consigne** : *« Nous allons maintenant essayer de répondre à la question posée, en essayant d'avoir des réponses qui concerneraient tous les êtres humains. »*

Exemples de questions générales pour conceptualiser : Que proposez-vous comme réponse ? Telle et telle réponse veulent-elles dire la même chose ? Qu'ont-elles de pareil, de différent ? Ce que tu dis là, est-ce une définition ou bien un exemple ?

Exemple de consigne spécifique articulée au mensonge et la vérité : *« Nous allons essayer d'expliquer ce qu'est le mensonge et comment le mensonge se rapporte à la vérité. On pourra donner des exemples pour rendre notre explication plus claire. »*

Le deuxième **objectif** est de permettre à chacun de se positionner par rapport à la question posée.

L'animateur donne cette **consigne** : *« Chacun, lorsqu'il en aura le temps cette semaine, pourra inscrire, dans son cahier de pensées, soit un genre de mensonges qui lui parait souhaitable à cause de ce qui le motive, soit un mensonge dont la raison lui pose problème. »*

2.5. Retour à l'affiche et proposition d'une activité de synthèse

Les **objectifs** sont de permettre à chacun de ressaisir certains éléments des échanges, apporter « sa » réponse et la communiquer ; identifier des suites possibles du travail.

L'animateur peut se référer aux **consignes** suivantes :

« À partir de nos échanges, nous allons (au choix) :
- expliquer ce que signifie tel mot (= un des mots issus de la discussion) et le noter sur un affichage spécialement fait pour.
- noter les quatre questions les plus importantes auxquelles nous avons réfléchi.
- oralement, expliquer les quatre activités faites (1.1. à 1.4.).
- oralement, se rappeler les différentes réponses que nous avons trouvées.
- oralement, expliquer quatre idées que nous n'avions pas au départ sur ce sujet.
- noter, sur l'affiche, des questions auxquelles nous n'avons pas encore répondu sur ce sujet. »
Ceux qui sont d'accord avec une proposition faite pourront noter leurs initiales sous la proposition affichée. »

Exemples de questions pour valider : Pensez-vous que cette proposition pourrait poser problème : de quel genre de problème s'agirait-il alors ? Est-ce toute la proposition qui poserait alors problème, ou juste une partie ? Quelle est cette partie ? Tout le monde est-il d'accord ?

PROLONGEMENT

Demander à chacun de réaliser une photographie « mensongère », comme sur l'affiche. Chacun peut présenter la sienne et expliquer la réalité non perçue sur la photographie.

ANNEXE
COMMENT LIRE CETTE SÉQUENCE

Une structure récurrente et des questions propres à chaque affiche

La structure de nos séquences prenant une affiche Philéas & Autobule pour support de discussion est toujours identique. Cette structure est augmentée d'éléments portant sur l'affiche propre à chaque numéro.

La séquence est constituée de deux séances de discussion, qui commence chacune par un temps de cadrage.

Nous offrons ensuite un très large panel de questions et d'activités portant sur la problématique illustrée sur l'affiche. L'animateur n'hésitera pas à s'en affranchir pour sélectionner les étapes et questionnements en fonction de la situation du groupe dans lequel il intervient. Il est parfois plus commode de regrouper, abréger une phase ou au contraire insister sur une phase cruciale.

Les questions sont données à titre indicatif. L'animateur ne devrait jamais hésiter à en inventer d'autres, les inverser, en supprimer, les formuler différemment, et bien sûr, accueillir les questions des enfants.

Certaines activités font appel à un « cahier de pensées personnelles » par enfant. Le recours à cet outil est laissé à l'appréciation de l'animateur. Il prend plus particulièrement sens s'il est réemployé plus tard dans de futures activités philo.

Quatre règles sont souvent mises en avant dans les échanges. Il est important de les faire rappeler régulièrement, elles garantissent aux enfants les plus craintifs qu'ils auront accès à la parole sans moquerie. Les voici :
- Chacun a droit à la parole.
- On doit essayer d'expliquer ce que l'on veut dire, l'argumenter.
- On ne se moque jamais.
- Celui qui a moins parlé peut obtenir la parole en priorité.

Pourquoi une structure récurrente ?

Cela permet à l'animateur de se familiariser avec les dimensions successives d'un travail d'échanges philosophiques avec de jeunes enfants.

Pour les enfants, dont les plus en difficulté, cela offre des points de repère, un cadre assuré à partir duquel les risques intellectuels de l'examen d'une problématique avec les autres (donner son avis, faire des hypothèses, proposer des réponses, etc.) seront plus facilement accessibles.

Le cadrage de l'activité

Ce temps de cadrage permet de rappeler la nature de l'activité et les conditions de l'échange, ses règles. L'animateur démarre donc chaque séance de la façon suivante : *« Pour commencer cette activité, il faut se souvenir de ce que l'on y fait. Nous allons donc rapidement le dire (ou le rappeler). »*

« Pourquoi sommes-nous ensemble en ce moment ? » Par exemple : faire de la philosophie, penser, réfléchir.

« Qu'allons-nous faire ? En quoi cette activité consiste-t-elle ? » Par exemple : observer l'affiche, la décrire, dire ce à quoi elle nous fait penser, s'interroger sur la question qui est posée.

ANNEXE

« Quel est mon rôle pour vous y aider ? » Par exemple : *« Tu nous poses des questions, tu demandes des précisions, tu rappelles ce qu'on a dit. »*

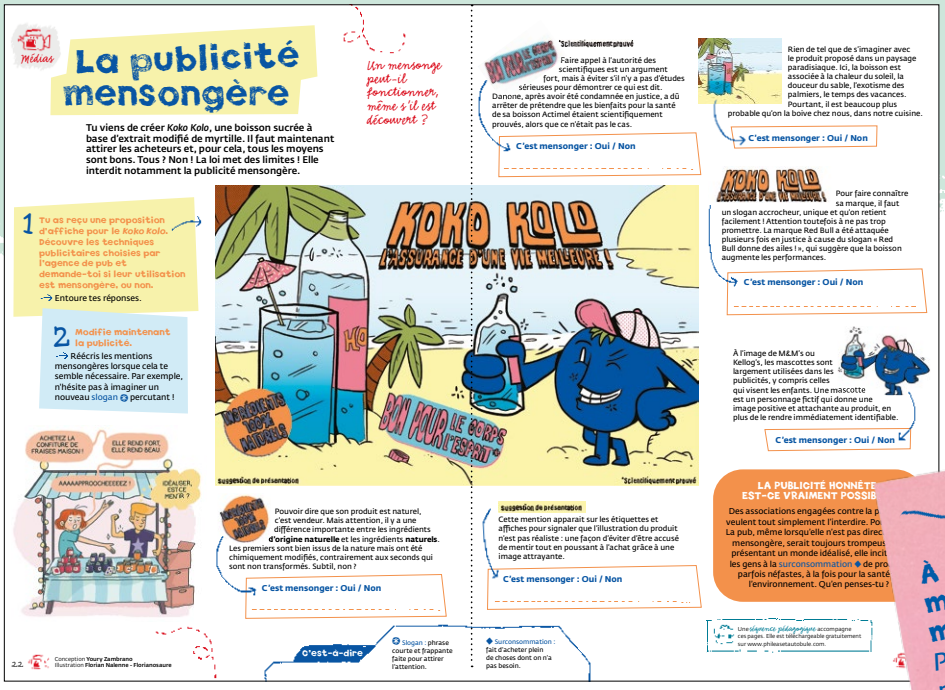
« Quelles règles allons-nous suivre durant nos échanges ? » L'animateur s'assure que les règles indiquées ci-dessus sont citées, et anime la discussion si d'autres propositions sont faites. Par exemple : *« Ne pas se couper la parole : est-ce une de nos règles de discussion ? Est-ce tout de même important, même si ce n'est pas une de nos règles ? »*

« En général, comment procédons-nous quand nous échangeons ? » Par exemple : *« On prend le temps de réfléchir, quelqu'un distribue la parole, etc. »*

Séquence médias

La publicité mensongère

Autrice : Lauriane Voos (animatrice jeunesse diplômée en éducation aux médias)



À partir des pages médias « La publicité mensongère » *Philéas & Autobule* n°88, pp. 22-23

Objectifs

- Adopter un regard critique sur les contenus publicitaires
- Définir les concepts de publicité et de publicité mensongère
- Repérer un contenu publicitaire utilisant des techniques mensongères
- Créer du lien entre les apports théoriques et ses expériences

Durée
2 x 50 min

Âge
De 10 à 13 ans

Matériel

- L'article « La publicité mensongère », *Philéas & Autobule* n°88, pp.22-23, en autant d'exemplaires qu'il y a d'enfants
- L'affiche vierge pour recréer la publicité Koko kolo (annexe 1, p. 25), un exemplaire par groupe de deux enfants
- Les cartons de vote découpés (annexe 2, p. 26) en autant d'exemplaires qu'il y a d'enfants
- Les publicités découpées (annexe 3, p. 27), une par groupe de deux ou trois enfants

Compétences du Conseil Supérieur de l'Éducation aux Médias[1]

Compétences informationnelles en lecture

- Lire, regarder, écouter un média en construisant du sens
- Confronter les représentations et les sensibilités véhiculées par le contenu à sa propre perception du monde

Compétences sociales en lecture

- Détecter/repérer/déceler des intentions implicites, détournées ou masquées en fonction de l'identité du destinateur et du contexte de la communication
- Reconnaître les contenus illicites et tenir compte des outils légaux qui s'y appliquent
- Identifier le ou les destinateurs du média
- Identifier les destinataires du message et se situer par rapport à ceux-ci
- Échanger avec d'autres destinataires sur les effets du message, être attentif aux interprétations que certains d'entre eux partagent, savoir y reconnaître des jugements de valeur et être capable de défendre les siens de manière argumentée

Compétences du programme d'Éducation à la philosophie et à la citoyenneté[2]

2. Assurer la cohérence de sa pensée

➲ Construire un raisonnement logique (2.2)

- Formuler et organiser ses idées de manière cohérente (étape 3)
- Identifier les stéréotypes et préjugés (étape 3)

➲ Évaluer la validité d'un énoncé, d'un jugement, d'un principe… (2.3)

- Identifier ce que l'on tient pour vrai, pour bien, pour juste, pour beau, pour bon… (étape 1)

3. Prendre position de manière argumentée

➲ Se positionner (3.2)

- Justifier une prise de position, notamment sur le plan éthique, par des arguments (étape 3)

5. Se décentrer par la discussion

➲ Écouter l'autre pour comprendre (5.1)

- Prendre en compte les apports et les objections des autres (étape 3)

9. Participer au processus démocratique

➲ Débattre collectivement (9.2)

- Énoncer des arguments (étape 1)

1 Publiées dans Les compétences en Éducation aux médias, un enjeu éducatif majeur, édité par le Conseil Supérieur de l'Éducation aux Médias, 2016, www.csem.be. Notre sélection, non exhaustive, indique les principales compétences mobilisées dans cette séquence.

2 Issues des Socles de compétences publiés par la Fédération Wallonie-Bruxelles sur le site www.enseignement.be. La numérotation correspond aux titres et sous-titres du référentiel. Notre sélection, non exhaustive, indique les principales compétences mobilisées dans cette séquence.

PRÉPARATION

L'animateur lit l'article médias « La publicité mensongère », *Philéas & Autobule* n°88, « Pourquoi tu mens ? », pp. 22-23, ainsi que le déroulement présenté dans les pages qui suivent. Il se renseigne sur les publicités mensongères et la législation qui existe à ce propos .

Il tente de réaliser lui-même les exercices et explore personnellement les questionnements qu'il s'apprête à proposer aux enfants.

L'animateur peut, éventuellement, trouver d'autres cas de publicités mensongères s'il souhaite travailler avec d'autres exemples que ceux présentés dans le déroulement ci-dessous.

L'animateur imprime et découpe les annexes à distribuer aux enfants.

RAPPELER LES RÈGLES D'ÉCOUTE

L'animateur veille à l'instauration d'un climat de confiance, propice à l'expression orale, à l'échange entre les enfants et à l'ouverture aux différences. Il veille également à garder une attitude ouverte et à ne pas porter de jugement sur les habitudes de consommation médiatique des enfants. Cela afin que les enfants puissent prendre la parole de façon libre lors des différents exercices. Il rappellera des règles essentielles : attendre que l'autre termine avant de prendre la parole, ne pas se moquer, veiller à ce que chacun puisse s'exprimer, etc.

DÉROULEMENT

1. DÉCOUVRIR L'ARTICLE ET COMPRENDRE LE CONCEPT DE PUBLICITÉ MENSONGÈRE (SÉANCE 1 – 50 MIN)

1.1. Exploration : « qu'est-ce qu'une publicité » ? (5 min)

Afin de partir des expériences et connaissances des enfants sur les contenus publicitaires, l'animateur leur pose les questions suivantes :

« Êtes-vous confrontés régulièrement à de la publicité dans votre quotidien ? Si oui quand ? Dans quel cadre ? Où voyez-vous, entendez-vous des publicités ? Pouvez-vous donner des exemples de publicités que vous connaissez bien ? Dont vous vous souvenez ? »

1.2. Définition (15 min)

L'animateur interroge ensuite les enfants sur le concept même de publicité :

« D'après les exemples que vous venez de citer, pouvez-vous me donner quelques éléments qui expliqueraient par qui est produite la publicité et à quoi elle sert ? Le mot publicité, vous fait-il penser à d'autres mots ? Lesquels ? »

Il crée un nuage de mots en notant au tableau les mots des enfants de façon non ordonnée autour du mot « publicité ».

Exemples de réponses que pourraient donner les enfants
Produit, commercial, vendre, magasins, affiche, consommation, télévision, marque, internet, envie, achat, manipulation, slogan, prix, mensonge…

Une fois que le nuage de mots est assez fourni, il pose cette question au groupe : « *Comment pourriez-vous définir la publicité ?* »

Il leur propose de construire ensemble une définition du concept de publicité qui reprenne au moins 4 des mots notés, en précisant qui crée les pubs et pour quoi. Il note au tableau la première esquisse de définition et propose aux enfants qui le souhaitent de la compléter ou de la modifier. Ils travaillent donc ensemble, par étapes, afin d'aboutir à une définition qui convienne à l'ensemble du groupe.

Exemples d'éléments de définition
- Moyen de communication utilisé par des marques pour faire connaître leur produit.
- La publicité diffuse des messages dans différents médias afin de toucher un maximum d'acheteurs.
- La publicité exerce une action psychologique sur le public à des fins commerciales, l'objectif étant de faire connaître un produit et d'inciter le public à se le procurer.

Une fois cette première esquisse de définition réalisée, l'animateur interroge le groupe sur la représentation de la réalité à travers la publicité.

« *Comment les publicités représentent-elles la réalité ? Est-ce que les images publicitaires que vous voyez sont fidèles à votre quotidien ? Y a-t-il des différences ? Lesquelles ?* »

Il demande alors aux enfants s'ils pensent qu'il existe des publicités mensongères ou trompeuses qui exagèrent, par exemple, la qualité des produits proposés ou qui mettent en scène la réalité afin qu'elle paraisse plus belle ou facile.

Cette thématique sera le sujet de la suite de la séquence.



1.3. Lecture de l'article (10 min)

Dans un premier temps, les enfants sont invités à lire l'article individuellement sans réaliser l'exercice proposé d'identification et modification de la publicité.

Ensuite, l'animateur leur pose quelques questions afin de les guider dans leur réflexion :

« *Quel est le sujet de cet article ? Y a-t-il des mots utilisés dans l'article que vous n'avez pas compris ? Quels sont les éléments dont nous avions déjà connaissance au sujet de la publicité avant de lire l'article ? Qu'avez-vous découvert ?*

Pensez-vous que certaines publicités nous mentent ? Avez-vous des exemples ? En quoi ces publicités nous mentent-elles ? Quelles stratégies utilisent-elles pour opérer ce mensonge ? »

1.4. Analyse de l'article (20 min)

L'animateur propose ensuite aux enfants de se mettre en duo et de réaliser l'exercice d'identification et de modification des techniques publicitaires mensongères sur l'affiche pour le *Koko Kolo*.

Il distribue à cet effet l'affiche vierge (annexe 1, p. 25) sur laquelle les enfants sont donc invités à redessiner et réécrire la publicité.

Une fois que les groupes ont pu réaliser l'exercice, l'animateur note au tableau les techniques publicitaires que le groupe estime mensongères ou trompeuses et les modifications proposées en affichant les annexes complétées au tableau.

Les enfants peuvent s'approcher du tableau afin de voir ce que les autres groupes ont réalisé comme nouvelles affiches.

Pour conclure, l'animateur interroge les enfants sur ce qu'ils ont retenu : « *Pouvez-vous énumérer quelques techniques publicitaires trompeuses ?* »

Exemples de réponses
- Faire appel à l'autorité scientifique lorsqu'il n'y pas de preuves scientifiques de ce qu'on avance
- Dire que son produit est naturel – Greenwashing
- Les fausses promesses ou promesses trop ambitieuses
- Les suggestions de présentations irréalistes

Il peut également inviter les enfants à formuler des hypothèses sur les intentions des publicitaires qui motivent de tels contenus mensongers ou trompeurs.

2. ANALYSER DES CONTENUS PUBLICITAIRES (SÉANCE 2 – 50 MIN)

2.1. Rappel de la séance précédente (5 min)

L'animateur demande à un enfant de faire un rappel des exercices effectués lors de la première séance.

Le reste du groupe complète l'exposé afin de se rappeler ensemble les différentes étapes (découverte du concept de publicité, définition, lecture de l'article, exercice d'identification et de modification des techniques publicitaires trompeuses...).

Il demande aux enfants s'ils n'ont plus, ou pas de nouvelles interrogations liées à cette thématique de la publicité mensongère.

Il interroge également les enfants sur la gravité ou non, selon eux, des publicités mensongères : « *À votre avis, est-ce grave ou pas qu'une publicité utilise des techniques mensongères ? Qu'est-ce qui fait qu'une publicité est acceptable ou pas ? Faut-il faire quelque chose face à une publicité mensongère ? Qu'en pensez-vous ?* »

2.2. Réflexion autour des actions possibles face à une publicité mensongère (15 min)

L'animateur propose l'exercice suivant : « *Nous allons maintenant nous demander ce que nous pouvons faire en tant que citoyens lorsque nous nous trouvons face à une publicité qui nous fait douter de l'honnêteté de son contenu. Quelles actions sont, selon vous, envisageables lorsque vous pensez être face à une publicité mensongère ?* »

Le groupe énumère ensemble les actions possibles.

Exemples de réponses
- en discuter avec ses parents, ses amis pour avoir leur avis ;
- vérifier qui est le producteur de la publicité, ce qu'il cherche à vendre ;
- partager ses doutes avec des adultes responsables de l'affichage de cette publicité ;
- porter plainte ;
- contacter une association qui défend les droits des citoyens face aux publicités (exemple : une association féministe si une femme est représentée de façon non réaliste ou trop retouchée / une association de défense des droits des enfants si une publicité nuit à ceux-ci).

L'animateur informe les enfants qu'en Belgique, la loi met des limites et interdit la publicité mensongère. Un jury d'éthique publicitaire existe.

Il explique avec ses mots les missions, la composition et le fonctionnement de ce jury et des plaintes qu'ils traitent.

Le Jury d'Ethique Publicitaire
Le Jury d'Ethique Publicitaire (JEP) est un organe d'autodiscipline du secteur de la publicité en Belgique, créé en 1974 par le Conseil de la Publicité. Le jury examine la conformité des messages publicitaires qui lui sont soumis avec les lois, les codes et les règles de l'éthique publicitaire.
Une moitié des membres est issue de la société (des jeunes, des personnes qui travaillent pour l'égalité des hommes et des femmes, des scientifiques, des avocats…).
L'autre moitié des membres du JEP provient du secteur publicitaire (annonceurs, agences de communication et médias).
Il est possible pour tout citoyen de remplir un formulaire afin que le jury puisse examiner la publicité qui nous pose question. Si le jury estime que la publicité est bien mensongère, il peut demander le retrait de celle-ci.

Afin de s'assurer de la bonne compréhension de ce concept, l'animateur propose à un enfant de synthétiser ce qu'il vient d'expliquer au reste du groupe.

2.3. Jeu de rôle (25 min)

L'animateur explique ensuite aux enfants qu'ils vont se mettre à la place de ce jury et examiner plusieurs publicités (annexe 3, p. 27).

Il donne les consignes suivantes :

« Nous allons maintenant nous placer par groupes de deux ou trois. Chaque groupe va recevoir une publicité qu'il va analyser.

Les groupes viendront ensuite successivement décrire et présenter leur publicité devant le jury d'éthique publicitaire qui sera composé du reste du groupe.

Après chaque petite présentation de publicité, les membres du jury devront voter sur le caractère mensonger ou non de la publicité. Après avoir compté les votes et pris une décision collective, nous découvrirons tous ensemble si une plainte avait été déposée pour cette publicité et quelle décision a été prise. »

L'animateur distribue à chaque enfant deux petits cartons (annexe 2, p. 26) qui lui permettront de réaliser son vote.

Une fois les groupes formés, il leur attribue une publicité et leur laisse 5 minutes pour en prendre connaissance. Les enfants viennent ensuite devant la classe montrer et décrire la publicité reçue.

Avant que le jury ne procède au vote, l'animateur propose à chaque fois un temps de réflexion et de débat aux enfants afin qu'ils puissent exprimer leur avis et voir s'ils décèlent des manipulations, mensonges ou astuces publicitaires qui mériteraient selon eux un vote « rouge ».

Exemples de réponses
- Le dentifrice « Oral-B » et le scientifique en blouse blanche (autorité scientifique)
- Le Greenwashing du Ketchup « Des tomates… et c'est tout ! »
- Les promesses trop ambitieuses « Les lave-linges durent plus longtemps avec Calgon »
- Mac Donald's qui fait la promotion d'un événement sportif et bon pour la santé

Une fois que chaque enfant a voté et que l'animateur a procédé au décompte des voix et à l'annonce du verdict du groupe, il dévoile aux enfants la réelle décision (si celle-ci existe). L'animateur précise aux enfants qu'il ne s'agit pas de la bonne réponse, celle qu'ils ont votée en groupe étant tout à fait valide, mais simplement d'une information pour compléter et clôturer leurs discussions.

Les plaintes et décisions dans les exemples reçus
- Lidl a dû retirer sa publicité comparative de grenadine car il a été estimé que « *Les spots Lidl ne respectent pas les conditions requises relatives à la publicité comparative autorisée, en cherchant à tirer profit de la notoriété des marques de fabricant et en n'apportant aucun critère objectif de comparaison.* »
- En 2012, une mère de famille californienne a porté plainte contre la marque phare du groupe Ferrero, Nutella, pour publicité mensongère et a obtenu gain de cause. Nutella a trop vanté les mérites de ses produits. Plus particulièrement en affirmant que son produit était « un exemple de petit-déjeuner équilibré et savoureux » et « bon pour la santé » car il apportait aux enfants un fort taux d'énergie. L'entreprise a dû donc verser jusqu'à 3 euros par pot acheté durant la période de la mise en place de la publicité et a dû modifier ses déclarations marketing sur son site, spot TV…
- Au Royaume-Uni, la publicité de L'Oréal a été interdite car elle vantait les mérites de la crème antiride Revitalift 10, or le visage du mannequin sur la publicité a été jugé trop retouché.
- Burger King et sa vaisselle réutilisable tend à faire naître dans l'esprit des consommateurs l'idée que la décision de Burger King de ne plus produire de gobelets jetables se fait sur une base volontaire (alors qu'une nouvelle loi l'impose). Dans ces conditions, le Jury a émis l'avis que « cette communication abuse de la confiance des consommateurs ».
- Quant à Red Bull, la marque a été attaquée plusieurs fois en justice à cause du slogan « Red Bull vous donne des ailes ! », qui suggère que la boisson augmente les performances.

Si la publicité n'est pas reprise dans les plaintes et décisions ci-dessus, l'animateur explique qu'elle n'a alors, à sa connaissance, pas fait l'objet d'une plainte.

2.4. Tour de parole de clôture (5 min)

Une fois toutes les publicités analysées et votées, l'animateur invite les enfants à se rassembler en groupe complet et leur propose de s'exprimer :

« Comment avez-vous vécu cette expérience de se mettre dans la peau d'un jury et d'analyser des publicités ? Est-il facile de prendre position ? Avez-vous parfois changé d'opinion en écoutant les réflexions des autres par la suite ? Avez-vous envie de retenir une idée, quelque chose de surprenant, d'interpellant ou d'essentiel autour de la thématique des publicités mensongères ? »

Il écoute les différentes interventions, est attentif à ce que tout le monde puisse s'exprimer et la séance est alors clôturée.

PROLONGEMENT

Débat autour des questions issues de l'article médias « La publicité mensongère », *Philéas & Autobule n°88*, p. 22-23 :

« La publicité honnête, est-ce vraiment possible ? En connaissez-vous ? Des associations engagées contre la publicité veulent tout simplement l'interdire. Pourquoi ? La pub, même lorsqu'elle n'est pas directement mensongère, serait trompeuse par nature. En présentant un monde toujours idéalisé, elle inciterait les gens à la surconsommation de produits parfois néfastes, à la fois pour la santé et l'environnement. Qu'en penses-tu ? »

Bibliographie

- Ressources pour s'informer :
https://educationsante.be/la-publicite-peut-nuire-a-la-sante/
https://www.cairn.info/revue-le-temps-des-medias-2004-1-page-151.htm
https://www.actualitesdroitbelge.be/droit-des-affaires/droit-des-affaires-abreges-juridiques/la-publicite-mensongere/la-publicite-mensongere

- Définition de la publicité : https://fr.vikidia.org/wiki/Publicit%C3%A9#:~:text=La%20publicit%C3%A9%20est%20un%20moyen,on%20parle%20de%20campagne%20publicitaire
- Jury d'éthique publicitaire : https://www.jep.be/fr/
- À propos de la publicité LIDL : https://www.rayon-boissons.com/distribution/lidl-attaque-pour-sa-publicite-comparative-44375
- À propos de la publicité Nutella : https://commas75.wordpress.com/2014/01/11/la-publicite-mensongere/
- À propos de la publicité Burger King : https://wildandslow.fr/blog-communication/wild-slow-life/5-pubs-epinglees-pour-greenwashing/
- À propos de la publicité L'Oréal : https://www.slate.fr/lien/49383/publicite-loreal-trompeuse-interdite
- À propos de la publicité Redbull : https://www.capital.fr/entreprises-marches/red-bull-ne-leur-donne-pas-dailes-ils-portent-plainte-1348864

ANNEXE 1

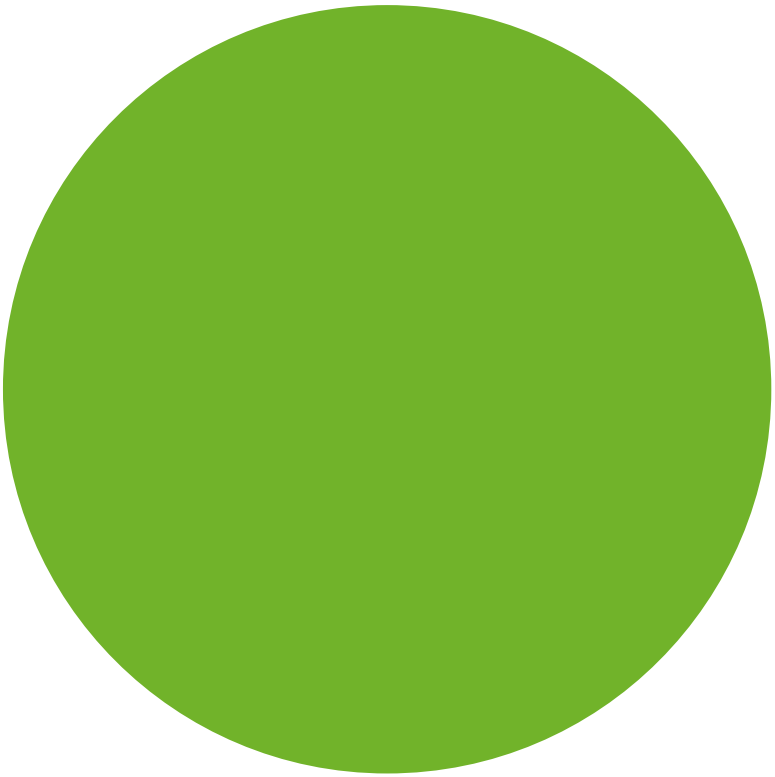
CRÉE UNE NOUVELLE AFFICHE PLUS HONNÊTE POUR KOKO KOLO !

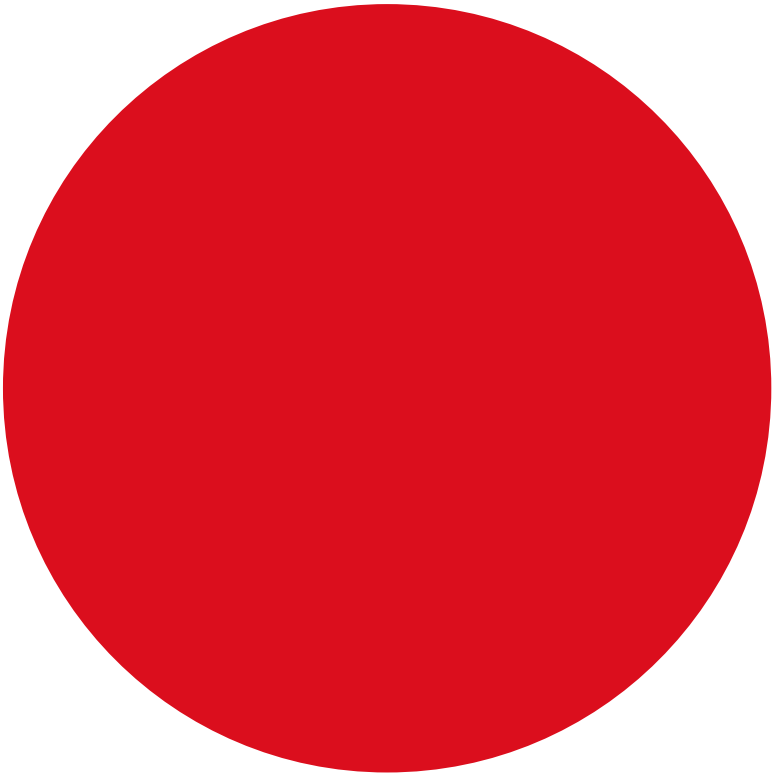


Pense à insérer :
- un titre
- un slogan
- un dessin du produit

et tout ce que tu juges intéressant pour cette nouvelle affiche

ANNEXE 2
CARTONS DE VOTE





ANNEXE 3
PUBLICITÉS À ANALYSER

Publicité n°1 : le produit de lessive Calgon



Publicité n°2 : Burger King



ANNEXE 3
PUBLICITÉS À ANALYSER

Publicité n°3 : Oral-B



Publicité n°4 : Campagne sécurité routière



ANNEXE 3
PUBLICITÉS À ANALYSER

Publicité n°5 : Sirop de Grenadine LIDL



Publicité n°6 : Ketchup



ANNEXE 3
PUBLICITÉS À ANALYSER

Publicité n°7 : Nutella



Publicité n°8 : La crème anti-rides L'Oréal



ANNEXE 3
PUBLICITÉS À ANALYSER

Publicité n°9 : évènement sportif McDonald's



Publicité n°10 : Red Bull



ANNEXE 3
PUBLICITÉS À ANALYSER

Publicité n°11 : So Shape



Publicité n°12 : Burger King, vaisselle réutilisable



