

7^{ème} semaine des média à l'école - Fiche pédagogique no 21

La chambre des humiliations – Une campagne d'Action Innocence



Campagne publicitaire : spots et affiches d'Action Innocence

Les spots sur le web :
[Version féminine](#)

[Version masculine](#)

Les affiches à voir sur le web :
[Version féminine](#)

[Version masculine](#)

Vous pouvez télécharger et photocopier ces affiches

Réalisation : Agence Euro RSCG Genève

Durée des spots : 15 secondes

Public concerné : 12-18 ans

Résumé

L'ONG Action Innocence a lancé en janvier 2009 une campagne nationale visant à rendre les parents plus conscients des dangers d'internet. Sur le papier ou sur l'écran, les images choisies montrent la souffrance d'un enfant – garçon et fille - victime d'une cyberagression. Dans sa chambre, l'ordinateur est encore en veille.

Action Innocence s'engage depuis 1999 afin de préserver la dignité et

l'intégrité des enfants sur internet. En plus de son travail de prévention et de sensibilisation, Action Innocence lutte directement contre la pédopornographie en proposant des solutions efficaces à des polices européennes.

La campagne de sensibilisation, réalisée par l'agence Euro RSCG Genève, était visible dans les rues, au cinéma, à la télévision (sur M6) et dans la presse – quotidiens et magazines.

Commentaires

En nous donnant à voir de telles images, l'agence Euro RSCG Genève compte sur la perspicacité du destinataire. Plus le spectateur les contemple, plus il découvrira de finesses et de clés d'interprétation. Cette nouvelle campagne d'Action Innocence constitue donc un petit chef-d'oeuvre de densité artistique.

La fenêtre donnant sur la nuit, premièrement, figure le double de l'écran de l'ordinateur. L'obscurité de l'extérieur immédiat est pourtant moins néfaste que l'éclatante blancheur de la fenêtre numérique. Les objets disséminés dans les chambres des enfants sont hautement évocateurs. Dans la chambre de la fillette, la moquette, les couvertures, les tissus rappellent

la douceur et la protection. Un rose bienfaisant teinte la scène. La maison de poupée est à la fois simple jouet et métaphore de l'intimité de l'enfant. Voilà ce qu'indique Laurent Opoix, passionné de communication, qui s'est livré sur [son blog](#) à une pertinente analyse de l'affiche:

« La maisonnette renvoie au véritable foyer grandeur nature de la jeune personne et en même temps représente son intimité et son cœur. C'est un élément de douceur où l'on se construit, l'endroit où l'on s'épanouit. C'est un lieu de ressource et de protection. Le carreau cassé est un indice qui nous amène à penser qu'une personne est entrée par effraction dans son intimité et a saccagé son cœur. Le tag sur la façade de la maison représente les séquelles indélébiles

Disciplines et thèmes concernés

Education aux citoyennetés :

La mission de l'ONG Action Innocence, qui lutte pour préserver les enfants de la violence potentielle du web.

Education aux médias :

Les dangers d'internet et les façons de les minimiser. L'analyse de spots et d'affiches publicitaire préventifs.

Fiche utilisable dans le cadre de la 7^e Semaine des médias à l'école en Suisse romande (15 au 19 mars 2010)

Français :

L'usage des figures de style dans la publicité, aux niveaux graphique et textuel.

qui resteront gravées dans son cœur ainsi que les propos injurieux qui resteront visibles sur internet. En effet, tout ce qui est marqué sur le net reste archivé de nombreuses années.

En conclusion, cette partie est une métaphore du résultat d'une agression. »

Dans la chambre du garçon, la voiture représente bien sûr également l'intimité du jeune enfant. Sa captivité à l'intérieur du véhicule contraste avec tous les objets contenus dans la pièce, qui

renvoient au mouvement, peut-être même à la liberté : ballons, billes, jeu de quilles, ventilateur. On comprend que les ailes du garçon se sont brisées.

Dans les deux tableaux, aussi bien féminin que masculin, les contrastes saisissants entre la douceur et la violence accentuent l'horreur de l'agression. La nature ultra-violente des faits est propre à exacerber les peurs du destinataire. Les publicitaires réussissent ainsi à marquer durablement les esprits.

Objectifs

- Rendre les élèves attentifs aux dangers d'internet.
- Acquérir une vision générale des activités de l'ONG Action Innocence.

- Apprendre à décoder un spot publicitaire.

- Connaître quelques procédés de communication utiles à l'interprétation visuelle et textuelle d'une affiche.

Pistes pédagogiques

A) Introduction

Lancer une discussion dans la classe. **Depuis quel âge** les élèves surfent-ils sur internet? Quelles restrictions éventuelles connaissent-ils au début ou connaissent-ils encore? (présence d'un parent, logiciel de contrôle parental,...)

Selon eux, pourquoi internet peut-il être **dangereux**? (variété et multiplicité des informations à disposition, anonymat de l'utilisateur, fausse identité,...)

Demander aux élèves de s'interroger en duos : **comment protéger** les enfants des méfaits possibles d'internet?

Comparer les propositions des élèves aux 10 [conseils aux parents](#) d'Action Innocence (voir la dernière page du communiqué de presse).

Présenter en quelques mots le travail de l'ONG Action Innocence (<http://www.actioninnocence.org/>) et faire remarquer que la sensibilisation du public par des campagnes

contribue également à protéger les enfants des dangers de la toile.

B) Découverte des spots publicitaires

Attention : ces images peuvent choquer!

Après la **1^e vision**:

Interroger les élèves sur ce qu'ils ont vu. Où sommes nous ? A quel moment de la journée? Qu'est-ce qui s'est passé /qu'est ce qui se passé ? Que ressentent les élèves face à ces spots ?

Avant la **2^e vision**:

Demander aux élèves de prêter attention aux **éléments constitutifs du décor** : quels objets /quels jouets trouve-t-on dans la chambre de la fille et dans celle du garçon ? Etablir une liste d'objets.

Les élèves s'interrogent par petits groupes sur la **signification symbolique** des objets qui suivent. Quel sentiment, quelle idée évoquent-ils ?

Dans le spot de la fille: la maison de poupée, le nounours à terre, la rose encadrée, la moquette, les draps et les couvertures, la fenêtre.

Dans le spot du garçon : la voiture, les billes, le jeu de quilles, le ballon de foot, l'affiche avec un joueur de foot, le jeu de mikados, la fenêtre.

Mettre en commun les interprétations des élèves.
(Des éléments de réponse se trouvent dans la partie "Commentaires".)

Demander aux élèves de repérer les contrastes présents dans ces deux univers enfantins. Quels éléments suscitent un **sentiment d'inquiétude** ? (prise de vue à ras de terre, ombres, nuit, débris de verre plantés dans la moquette, buée sur les vitres de la voiture, traces de mains, mains...)

Quels éléments **rassurent** ? (univers familial de la chambre d'enfant, recours à la bande dessinée comme moyen d'expression, petits coeurs, moquette, nounours, jouets,...)

Avant la 3e vision

Demander aux élèves de se concentrer sur la **bande son** et d'examiner en quoi elle favorise un climat angoissant. (La musique fait naître et progresser le suspense, tout comme le son annonciateur du drame : l'éclat du verre qui se brise ou le bruit sourd des mains qui s'abattent sur les vitres de la voiture. A la fin du spot, le silence est lourd).

Posez la question aux élèves : quel spot vous **choque le plus** et pourquoi ?

Signaler que dans la version féminine, le destinataire arrive sur les lieux de l'agression seulement *a posteriori*. La caméra se déplace par un travelling de la droite vers la gauche, du lit vers la maison. En fait, lorsque le destinataire voit la maison, l'agresseur a disparu.

Dans la version masculine du spot, le destinataire est témoin du drame. La caméra s'avance frontalement vers la scène. Cette simultanéité paraîtra sûrement plus choquante.

C) Les Affiches (classe d'âge suggérée pour les élèves: 15-18 ans)

Les élèves examinent les affiches comme s'il s'agissait d'un arrêt sur image permettant un examen plus détaillé.

La composition

Pour comprendre l'affiche, le destinataire doit respecter le **sens de la lecture**.

Sur quoi le regard se pose-t-il d'abord ? Et ensuite ? (Dans un premier temps sur la maison de poupée ou sur la voiture, dans un deuxième temps sur le bureau et l'écran de l'ordinateur, dans un troisième temps sur le pavé rédactionnel, au bas de l'affiche.)

Demander aux élèves d'explicitier le sens de la lecture de l'affiche. L'œil va-t-il de bas en haut ? En diagonale ? (L'œil balaye l'image de gauche à droite et de haut en bas.)

Pour fonctionner correctement, une affiche doit parvenir à **attirer l'attention** du destinataire.

Proposer aux élèves de réfléchir sur les procédés graphiques employés afin d'y parvenir. Qu'est-ce qui est mis en avant et comment ?

(L'intensité de la lumière et la vivacité de la couleur influencent la direction du regard. Les traces du drame ou le drame lui-même sont placés au centre.)

Boureau-victimes / émetteur-destinataire

Séparer la classe en 5 groupes. Chacun se charge de recueillir des informations sur :

- 1) la petite fille
- 2) le petit garçon
- 3) le cyberagresseur
- 4) l'émetteur du message
- 5) le destinataire

Les commentaires et questions suivantes guident la réflexion des élèves:

1) Faire remarquer que **la petite fille** ne figure pas sur l'affiche. Comment les élèves comprennent-ils cette **absence** ? (Élément de réponse: La petite fille a été anéantie. A sa place figure la maison. La fillette est considérée par l'agresseur comme un objet, comme un jouet, au même titre que ceux qui traînent sur le sol.)

2) Partant de l'idée que la voiture symbolise **le petit garçon**, comment interpréter le fait que c'est justement à l'intérieur de celle-ci qu'a lieu l'agression ? (C'est au cœur de son intimité que l'enfant est touché.)

Commenter le geste du petit garçon.
Qui appelle-t-il à l'aide? (Ses parents - le destinataire.)

3) Quels éléments de l'affiche permettent de déceler la présence de l'**agresseur** ? (Il est évoqué au second plan, à travers l'ordinateur allumé.)

Que suggère le fait que l'écran de l'ordinateur soit blanc et illisible ? (l'**anonymat** du malfaiteur.)

4) A quoi détecte-t-on la présence de l'**émetteur** ? (C'est lui qui énonce le texte préventif et le slogan "faisons d'internet un lieu plus sûr." Il signe "action innocence".)

Quelle figure de style est contenue dans la phrase : « C'est dans sa chambre que votre enfant subit les pires humiliations/ fait les pires rencontres » ? (Un paradoxe, une antithèse.)

5) Cette affiche s'adresse-t-elle aux enfants ou aux adultes ? Pourquoi ? (La campagne s'adresse aux parents : elle lance un appel à ceux qui sont en mesure de protéger les victimes, c'est-à-dire aux parents. Le texte définit clairement le **destinataire** avec l'utilisation « votre enfant ». Elle exige de plus un effort d'interprétation difficile pour les jeunes enfants.)

Mettre les commentaires des élèves en commun.

D) Conclusion

Les élèves rejoignent-ils l'opinion de la journaliste Cécile Denayrouse ? :

« Ces derniers mois, en France comme en Suisse, on assiste à une recrudescence des campagnes de sensibilisation aux dangers d'Internet pour les mineurs. Action Innocence notamment a pris le parti de montrer qu'Internet invite le diable à danser directement dans la chambre des enfants. »

(*Nos enfants se prennent-ils les pieds dans la Toile ?*, Tribune de Genève, le 06.02.2009)

Pour aller plus loin :

Créer un nouveau texte qui remplace : « C'est dans sa chambre que votre enfant subit les pires humiliations/ fait les pires rencontres ».

Utiliser une figure de style comme l'allitération, le paradoxe, la rime ou l'assonance, un détournement de citation ou un jeu de mots, etc.

Dessiner une autre affiche à partir du slogan : « Faisons d'internet un lieu plus sûr. »

Pour en savoir plus

<http://www.actioninnocence.org/>

-CADET Christiane, CHARLES René & GALUS Jean-Luc, *La communication par l'image*, Repères pratiques Nathan, Paris, 1990.

-Un répertoire de liens didactiques pour interroger le monde de la communication publicitaire :

<http://www.weblettres.net/sommaire.php?entree=23&rubrique=92>

-Pour une analyse par Laurent Opoix de l'affiche d'Action Innocence - version féminine :

<http://communiquing.hautetfort.com/archive/2009/01/29/analyse-d-une-publicite1.html>

-L'article complet de la Tribune de Genève : DENAYROUSE Cécile, *Nos enfants se prennent-ils les pieds dans la Toile ?*, Tribune de Genève, le 06.02.2009.

Christine PROGIN, rédactrice e-media, Genève, le 27 février 2009