

## Activité 1

## Analyse des images du fumeur portées par les médias et le cinéma



Expérience requise dans l'animation : ●○○  
 Durée : 1 h à 1 h 30  
 Nombre de participants : 30 personnes maximum

## Objectifs

- Prendre conscience que les fabricants de tabac, par la promotion d'images séduisantes et la banalisation du tabagisme, jouent sur des facteurs d'influence qui conduisent au tabagisme.
- Adopter une attitude plus critique par rapport aux représentations du fumeur portées par les médias et le cinéma.

## Matériel

- Fiches d'analyse des images (annexe 1) : une par groupe.
- Tableau ou paper-board.
- Brochure L'industrie du tabac : une pour l'animateur et éventuellement une par participant, en fin de séance.
- 5 postes informatiques avec une connexion à Internet et une imprimante couleur  
**ou si vous n'avez pas le matériel informatique**
- 25 images de "publicité" en faveur du tabac : publicités étrangères, paquets de cigarettes "collector" (séries limitées), photos de formule 1 aux couleurs d'une marque de cigarette, stars en train de fumer (notamment dans les films).

## Déroulement

## 1- Recherche des images (30 minutes)

Former 5 sous-groupes (composés de 2 à 6 personnes selon le nombre de participants) pour rechercher sur Internet des publicités en faveur du tabac (directes ou indirectes : paquets de cigarette "collector", photo de formule 1 aux couleurs d'une marque de cigarette) et des images de stars en train de fumer (images publiques : films, magazines). On demandera environ 5 images par groupe d'élèves.

Consigne aux élèves :

"L'objectif de cette séance est de trouver des images de publicité en faveur du tabac, sur lesquelles on travaillera dans un deuxième temps.

Pour faire ces recherches, on va utiliser Internet. Vous allez vous répartir en 5 groupes de x... participants, chaque groupe aura un poste Internet. Vous essaierez de trouver environ cinq images par groupe. Ces images (ou photos) peuvent être soit de la publicité directe, par exemple : publicités étrangères, paquets collectors, allumettes, etc ; soit de la publicité indirecte, par exemple : photos de formule 1 aux couleurs d'une marque de cigarette, stars en train de fumer, notamment dans les films. Il faut que ces images soient pour le tabac : ne pas prendre d'images contre le tabac (prévention) ou humoristiques (animaux avec une cigarette, etc...).

Si vous n'êtes pas sûrs de vous, montrez-moi vos images avant de les imprimer."

Remarque : Si vous n'avez pas les moyens matériels de faire faire une recherche sur Internet aux élèves, vous pouvez la réaliser vous-même et imprimer les images, et demander aux élèves de faire une recherche complémentaire chez eux (Internet, magazines, buralistes, paquets "collector" vides).

## Activité 1

## Analyse des images du fumeur portées par les médias et le cinéma (suite)



## &gt; Comment faire ses recherches sur Internet ?

- Aller sur un moteur de recherche (ex : google, <http://www.google.fr>), cliquer sur le lien "image", taper votre recherche :
- "publicité tabac" ou mieux, en anglais : "cigarette advertising"
  - "acteurs et cigarette", ou en anglais "smoking actors" ou "stars smoking"
  - vous pouvez taper directement des noms de marques de tabac
  - <http://starsmoke.skyrock.com/9.html>

puis cliquer sur le bouton "recherche".

Vous pouvez sélectionner uniquement les images de taille exploitable en cliquant sur l'onglet *Afficher : Toutes les tailles* et en choisissant *Images de très grande taille* ou *Grandes*, voire *Moyennes*. Quand vous avez fait votre choix, cliquez sur l'image, cela ouvrira une fenêtre où l'image sélectionnée apparaîtra, avec le texte suivant dessous : "Image dans son contexte original, sur la page ....".

Si vous cliquez sur le lien indiqué, vous serez basculé sur le site Internet d'où provient l'image, ce qui peut être intéressant pour découvrir d'autres images du même thème non proposées par votre moteur de recherche.

Pour copier l'image, positionner le curseur dessus, faire un clic droit "enregistrer l'image sous" pour la mettre dans votre fichier d'images.

Si vous n'avez pas réalisé l'atelier de recherche des images, constituez 5 sous-groupes (composés de 2 à 6 personnes selon le nombre de participants) qui devront choisir 2 ou 3 images par groupe.

**2- Analyse des images (20 min)**

Les élèves devront réfléchir collectivement aux valeurs et aux représentations portées par les images (ou les stars) qu'ils ont choisies, à l'aide de la fiche d'analyse (annexe 1) qu'ils auront à remplir en groupe.

Le groupe aura désigné au préalable un rapporteur qui restituera le travail réalisé à l'aide de la fiche d'analyse.

*Exemples de valeurs et représentations utilisées dans les images publicitaires et les films : liberté, séduction, esprit de rébellion, distinction, mode, virilité ...*

**3- Débat (40 min)**

Demander aux rapporteurs des groupes d'élèves de présenter les images choisies, et l'analyse qui en a été faite.

Après validation par l'ensemble des jeunes, l'animateur notera au tableau les valeurs portées par les images, et demandera aux jeunes à quel public est destinée chaque image (jeunes, hommes, femmes, population d'un pays en voie de développement...). On pourra faire 2 colonnes au tableau, où pour chaque image on notera les valeurs promues et le public visé, par exemple :

Images	Valeurs	Publics
Publicité : chameau de Camel	Humour	jeunes
Brad Pitt en train de fumer	Virilité - sex appeal	jeunes hommes
Moto portant les couleurs de Marlboro	Sport - argent	hommes - fans de moto

L'animateur pourra lancer le débat à partir des questions suivantes :

- Certaines images peuvent-elles influencer le public ? Reprendre la question de la fiche d'analyse : vous est-il déjà arrivé de vous coiffer ou vous habiller comme une personne que vous admirez ? (ou d'utiliser les mêmes produits)
- Pensez-vous que la décision de fumer est un symbole de liberté ? Si oui, par rapport à qui ? (parents ? société ? influence des médias ?)