https://ww2.ac-poitiers.fr/histoire-arts/spip.php?article374 - Auteurs : Véronique Richard - Charles Malinauska

La publicité des années 1950-1960 et les stéréotypes féminins

publié le 30/08/2020 - mis à jour le 02/09/2020

Descriptif :

Dans le cadre de l'EMC, le projet suivant propose de travailler avec les élèves de CM2-6e sur les stéréotypes véhiculés par de nombreuses publicités des années 195O-196O et à œuvrer pour l'égalité femmes-hommes.

Sommaire :

- Référence au programme
- Objectif du projet
- Compétences mises en œuvre
- Déroulement des activités
- Ressources

Cycle 3
Niveaux : **CM2 – 6ème**
Disciplines : **E.M.C** et **HDA**

● Référence au programme

- Respecter autrui :
  - **CM2** : Les élèves identifient des situations de discrimination et les valeurs de la République (liberté, égalité, fraternité, laïcité) en jeu.
  - **6ème** : Les élèves travaillent sur les préjugés et les différences. Cette réflexion sur les représentations permet d'aborder l'autre dans son rapport à soi. Les situations choisies doivent permettre de mobiliser la notion d'intégrité de la personne, de rapport à la différence.
- Acquérir et partager les valeurs de la République
  - **CM2** : Les élèves découvrent les libertés (liberté d'expression, liberté de culte) et des droits (droit de vote, droits des femmes) en vigueur à partir de quelques exemples concrets.
  - **6ème** : Identification des valeurs et des principes d'une société démocratique passe par des thématiques autour des libertés, de l'égalité et de la protection. L'étude de la Convention Internationale des droits de l'enfant ou de la convention sur l'élimination de toutes les formes de discrimination à l'égard des femmes permet ce travail.
- Construire une culture civique
  - **Cycle** 3 : Coopération et la mutualisation sont à favoriser pour construire en situation la culture civique.

● Objectif du projet

Dans le cadre de la liaison CM2/6ème, ce projet vise à faire prendre conscience aux élèves des stéréotypes véhiculés par de nombreuses publicités des années 1950-1960 et à œuvrer pour l'égalité femmes-hommes.

● Compétences mises en œuvre

- **Domaine 3** : la formation de la personne et du citoyen

- **Domaine 5** : Les représentations du monde et de l'activité humaine
  Se repérer dans le temps – raisonner, justifier une démarche et des choix effectués – comprendre un document – Coopérer et mutualiser

Déroulement des activités

Temps forts du projet

- **CM2** : Création d'une frise chronologique sur le thème de la conquête des droits politiques des femmes. Activité réalisée après une étude de documents (ex : éventail suffragiste – 1914)
- **6ème** : Enquête des élèves afin d'identifier les élus de leur commune et la réalisation d'un tableau démontrant la sous-représentation des femmes parmi les élus.

Accueil au collège des CM2

- Intervention du centre d'Art Photographique de Niort (**Villa Pérochon**) autour des biographies et les œuvres de 5 photographes : **Julia Margaret Cameron, Dorothea Lange, Lee Miller, Claude Cahun, Cindy Sherman** .
- Lecture et analyse de 3 publicités des années 1950-1960.
- Les élèves apportent des modifications aux publicités afin que celles-ci respectent l'égalité femmes- hommes et réalisent un stop motion.

Ressources

Fiche activité élève (PDF de 193.4 ko)
La publicité des années 1950-1960 et les stéréotypes féminins - Véronique Richard - Académie de Poitiers.

Portraits de photographes (PDF de 160.9 ko)
La publicité des années 1950-1960 et les stéréotypes féminins - Véronique Richard - Académie de Poitiers.

Mon film stop motion :

Mon film stop motion (MPEG4 de 12.3 Mo)
La publicité des années 1950-1960 et les stéréotypes féminins - Véronique Richard - Académie de Poitiers.

Académie de Poitiers

Avertissement : ce document est la reprise au format pdf d'un article proposé sur l'espace pédagogique de l'académie de Poitiers.
Il ne peut en aucun cas être proposé au téléchargement ou à la consultation depuis un autre site.