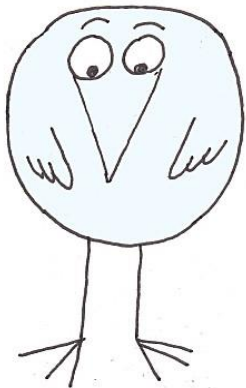


**1<sup>ère</sup> année d'OC**

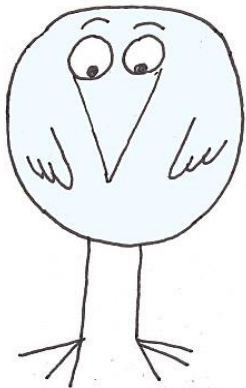
**Regarder et comprendre la  
société**

**2<sup>ème</sup> année d'OC**

**Regarder et comprendre  
le monde**



***Comprendre la société***





**REGARDER ou RECHERCHER  
des informations**

*L'observation directe*

*Le questionnaire*

*L'entretien*

*L'analyses de contenu*

# L'observation directe

# Géographie OC



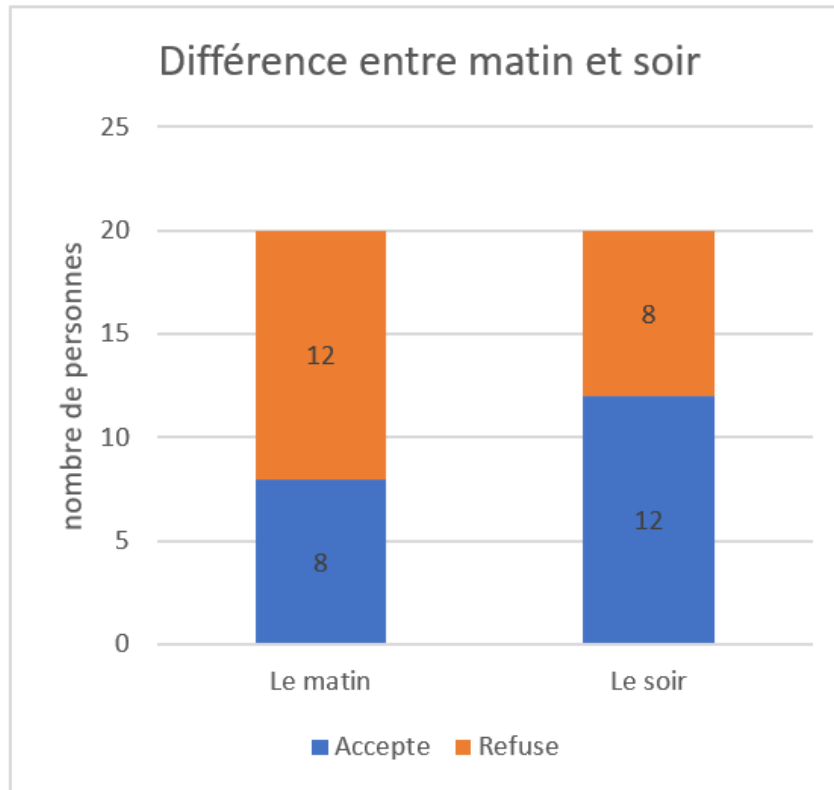


	Réaction positive (accepte)				Réaction négative (refuse)			Totaux
	Dit oui	Rit	Sourit	Hoche la tête : oui	Dit non poliment	Dit non méchamment	Hoche la tête : non	
Homme le matin	3				4	1	2	10
Homme le soir	4	1			3		1	9
Femme le matin	4		2		3		1	10
Femme le soir	5	1	1		3		1	11
Totaux	16	2	3	0	13	1	5	40

Autres totaux :

- Le soir : 20 personnes
- Le matin : 20 personnes
- 19 Hommes
- 21 Femmes
- Personnes ayant refusé : 19

	Pourquoi non ?						
	Ne nous connaît pas	N'aime pas le chocolat	Fait un régime	N'a pas envie	Est gêné	Ne sais pas	Autre
Homme le matin		2		3	1	1	
Homme le soir	2	1					1
Femme le matin			1			2	1
Femme le soir		3			1		



On observe ici que les cobayes ont tendances à refuser en majorité le chocolat le matin, tandis qu'ils sont plus nombreux à l'accepter le soir. En effet, pour un échantillon de 20 personnes, 12 refusent le matin, alors que le soir ils ne sont que 8 à dire "non". On en déduit que la faim a certainement un impact sur la décision de la personne et que celle-ci sera moins disposée à manger du chocolat à 7 heures qu'à l'heure du goûter après une journée d'école.

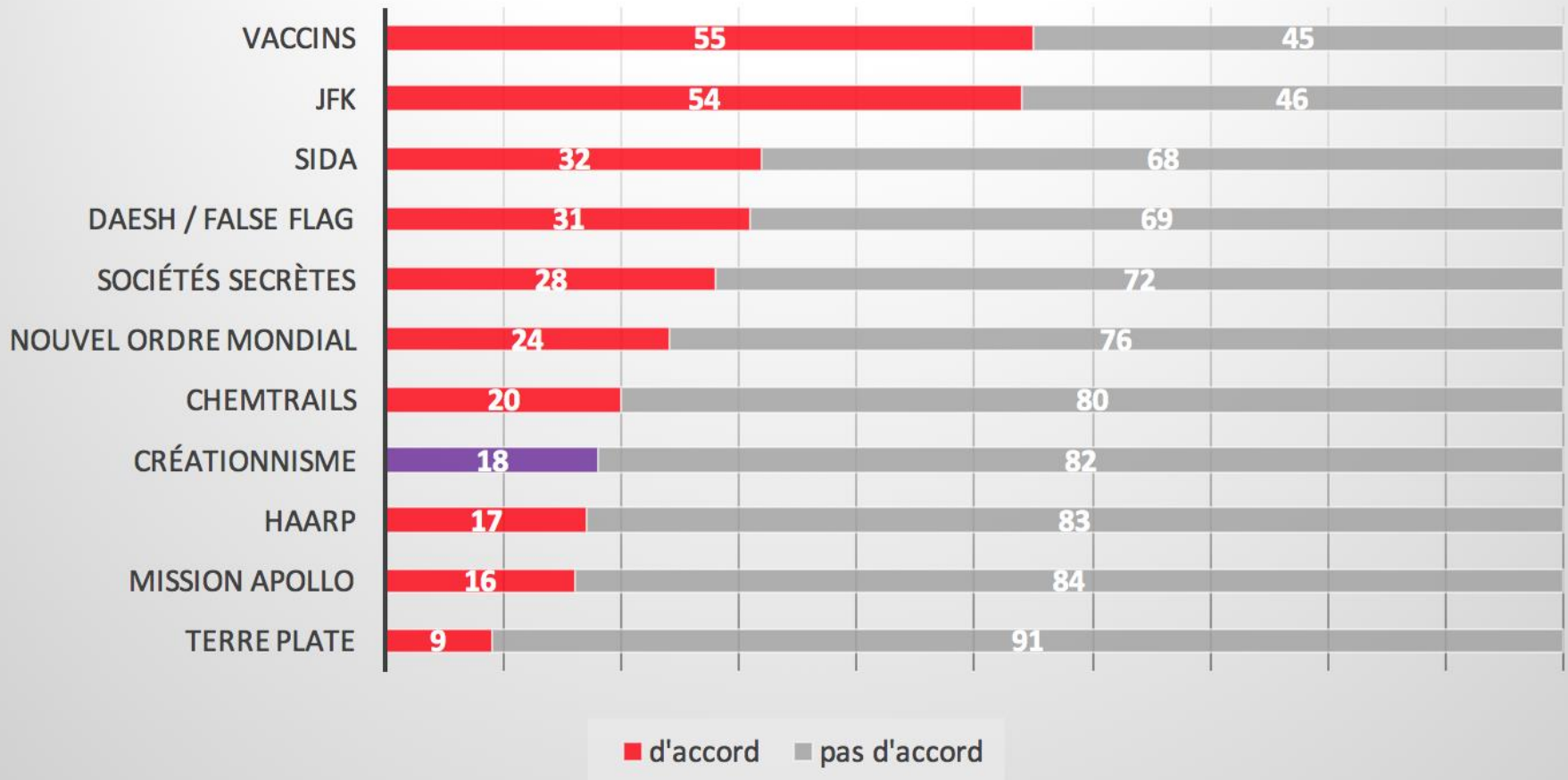
Figure 4: Graphique 2.1



# Le questionnaire



# Taux d'adhésion aux théories du complot



# L'analyse de contenu

Frohliches Familienleben im romantischen Puppenhaus von PLAYMOBIL



**2187 Neues Märchen Puppenhaus**, 200 Stk., ab 7,99 € (21 Stk. ab 2,99 € je Person)

**2188 Neues Märchenhaus**, 200 Stk., ab 7,99 €

**2189 Neues Märchenhaus**, 200 Stk., ab 7,99 €

**2190 Neues Märchenhaus**, 200 Stk., ab 7,99 €

**2191 Neues Märchenhaus**, 200 Stk., ab 7,99 €

**2192 Neues Märchenhaus**, 200 Stk., ab 7,99 €

**2193 Neues Märchenhaus**, 200 Stk., ab 7,99 €

**2194 Neues Märchenhaus**, 200 Stk., ab 7,99 €

**2195 Neues Märchenhaus**, 200 Stk., ab 7,99 €

**2196 Neues Märchenhaus**, 200 Stk., ab 7,99 €

**2197 Neues Märchenhaus**, 200 Stk., ab 7,99 €

**2198 Neues Märchenhaus**, 200 Stk., ab 7,99 €

**2199 Neues Märchenhaus**, 200 Stk., ab 7,99 €

**2200 Neues Märchenhaus**, 200 Stk., ab 7,99 €

**2201 Neues Märchenhaus**, 200 Stk., ab 7,99 €

**2202 Neues Märchenhaus**, 200 Stk., ab 7,99 €

**2203 Neues Märchenhaus**, 200 Stk., ab 7,99 €

**2204 Neues Märchenhaus**, 200 Stk., ab 7,99 €

**2205 Neues Märchenhaus**, 200 Stk., ab 7,99 €

**2206 Neues Märchenhaus**, 200 Stk., ab 7,99 €

**2207 Neues Märchenhaus**, 200 Stk., ab 7,99 €

**2208 Neues Märchenhaus**, 200 Stk., ab 7,99 €

**2209 Neues Märchenhaus**, 200 Stk., ab 7,99 €

**2210 Neues Märchenhaus**, 200 Stk., ab 7,99 €

**2211 Neues Märchenhaus**, 200 Stk., ab 7,99 €

**2212 Neues Märchenhaus**, 200 Stk., ab 7,99 €

**2213 Neues Märchenhaus**, 200 Stk., ab 7,99 €

**2214 Neues Märchenhaus**, 200 Stk., ab 7,99 €

**2215 Neues Märchenhaus**, 200 Stk., ab 7,99 €

**2216 Neues Märchenhaus**, 200 Stk., ab 7,99 €

**2217 Neues Märchenhaus**, 200 Stk., ab 7,99 €

**2218 Neues Märchenhaus**, 200 Stk., ab 7,99 €

**2219 Neues Märchenhaus**, 200 Stk., ab 7,99 €

**2220 Neues Märchenhaus**, 200 Stk., ab 7,99 €

Hurra! Wir gehen in die neue KiTa!

TOP 10 Spielzeug 2014

TV

Fun & Games



Alle Artikel-Nummern finden Sie unter www.lego.com/de/produkte



LEGO City Life Spielzeugbox mit Spielzeugfiguren, 1000 Teile, 14,99 €



LEGO City Life Spielzeugbox mit Spielzeugfiguren, 1000 Teile, 14,99 €



LEGO City Life Spielzeugbox mit Spielzeugfiguren, 1000 Teile, 14,99 €



LEGO City Life Spielzeugbox mit Spielzeugfiguren, 1000 Teile, 14,99 €



LEGO City Life Spielzeugbox mit Spielzeugfiguren, 1000 Teile, 14,99 €



LEGO City Life Spielzeugbox mit Spielzeugfiguren, 1000 Teile, 14,99 €



LEGO City Life Spielzeugbox mit Spielzeugfiguren, 1000 Teile, 14,99 €



LEGO City Life Spielzeugbox mit Spielzeugfiguren, 1000 Teile, 14,99 €



# Trump vs Obama



**Elisa Fleury & Julien Aubry**

**Lycée cantonal de Porrentruy**

**Janvier - février 2017**

## 5. Premières images sur Google



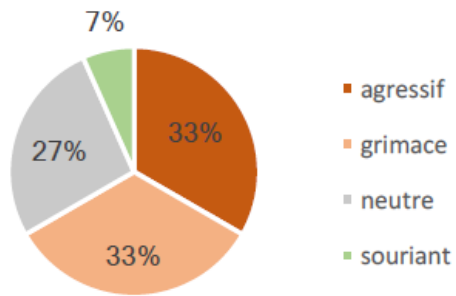
### 5.1. Grille d'analyse

		<b>expression faciale</b>	<b>gestes</b>	<b>habillement</b>
<b>Donald Trump</b>	1	agressif	main levée	costard - cravate
	2	agressif	main levée	costard - cravate
	3	grimace	aucun	costard - cravate
	4	grimace	aucun	costard - cravate
	5	neutre	main levée	costard - cravate
	6	agressif	aucun	costard - cravate
	7	agressif	main levée	costard - cravate
	8	neutre	aucun	costard - cravate
	9	grimace	aucun	costard - cravate
	10	grimace	aucun	costard - cravate
	11	grimace	aucun	costard - cravate



### 5.2.1. Expressions faciales

#### Expressions faciales de Donald Trump

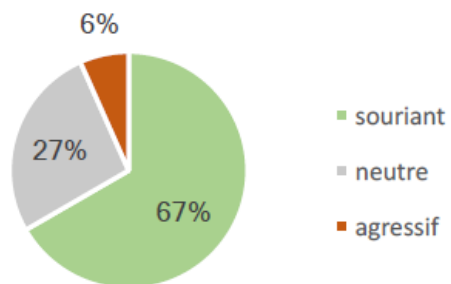


Tout d'abord, nous pouvons remarquer que Trump a une expression du visage agressive sur un tiers des premières photos disponibles sur Google. Sur un autre tiers des photos, il fait une grimace.

On peut donc en déduire que Donald Trump a une expression faciale négative sur les deux tiers des premières photos sur Google.

Deuxièmement, il a une expression neutre sur 27% des photos. Pour finir, il y a (seulement) 7% de photos sur lesquelles il a une expression du visage positive.

#### Expressions faciales de Barack Obama



A l'inverse de Donald Trump, Barack Obama a une expression faciale positive sur les deux tiers des photos. Il est donc beaucoup plus souriant que son successeur.

Il y a la même proportion de photos sur lesquelles Obama a une expression neutre.

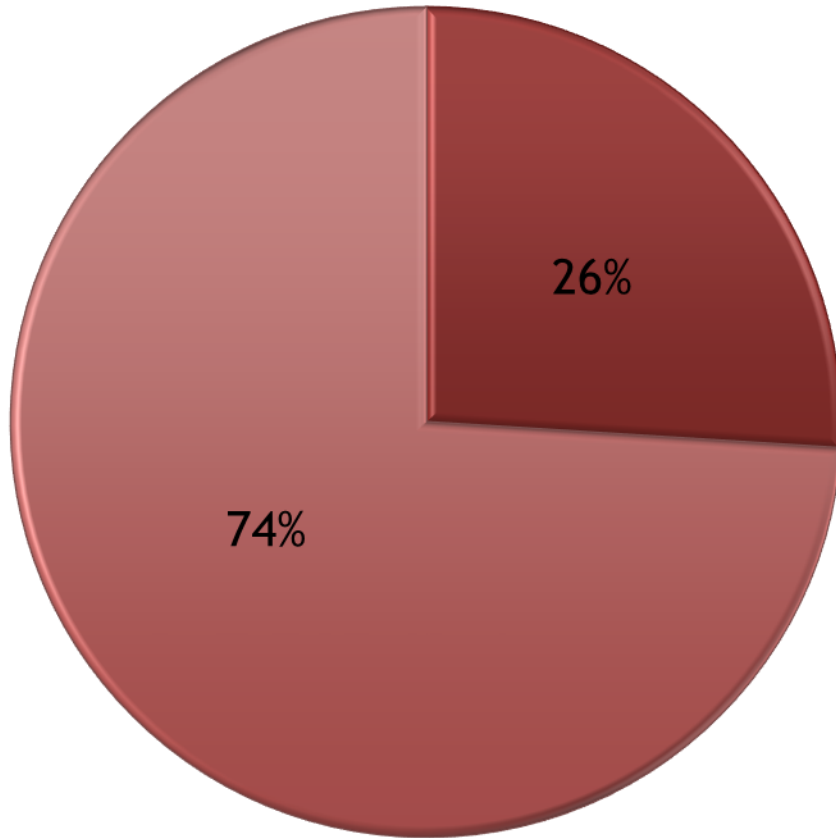
En revanche, Barack Obama a une expression faciale négative sur une seule photo sur quinze.

Géographie OC, avril 2012

# Discrimination dans les émissions de la RTS

Morgane Dobler, Charlotte Henz, Brendan Berthold, Xavier Buchwalder

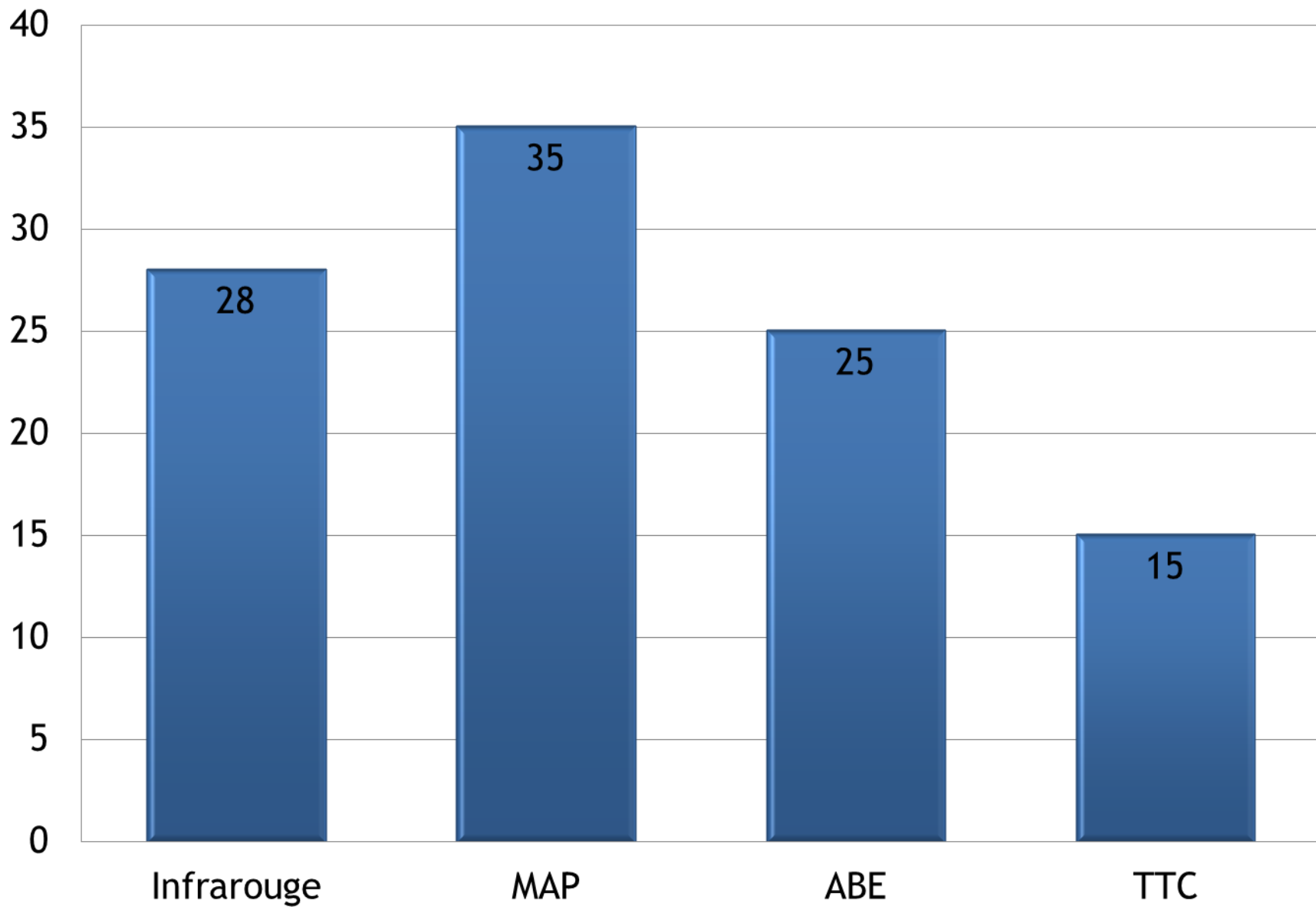
## Sexe



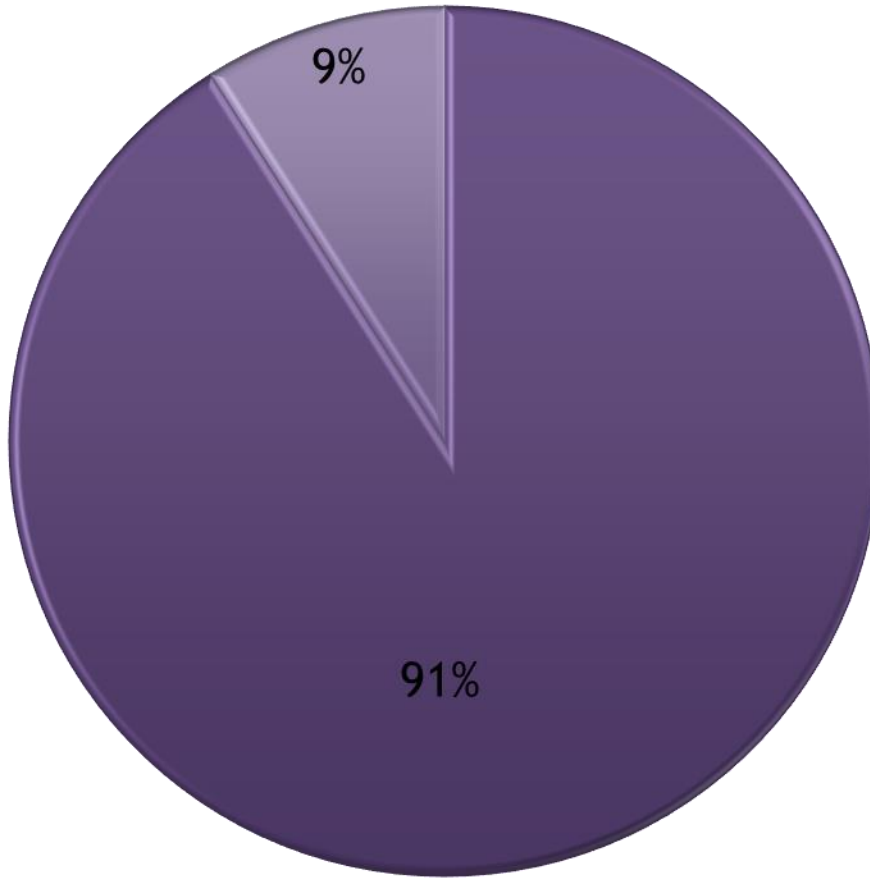
 Femme

 Homme

## Pourcentage de femmes



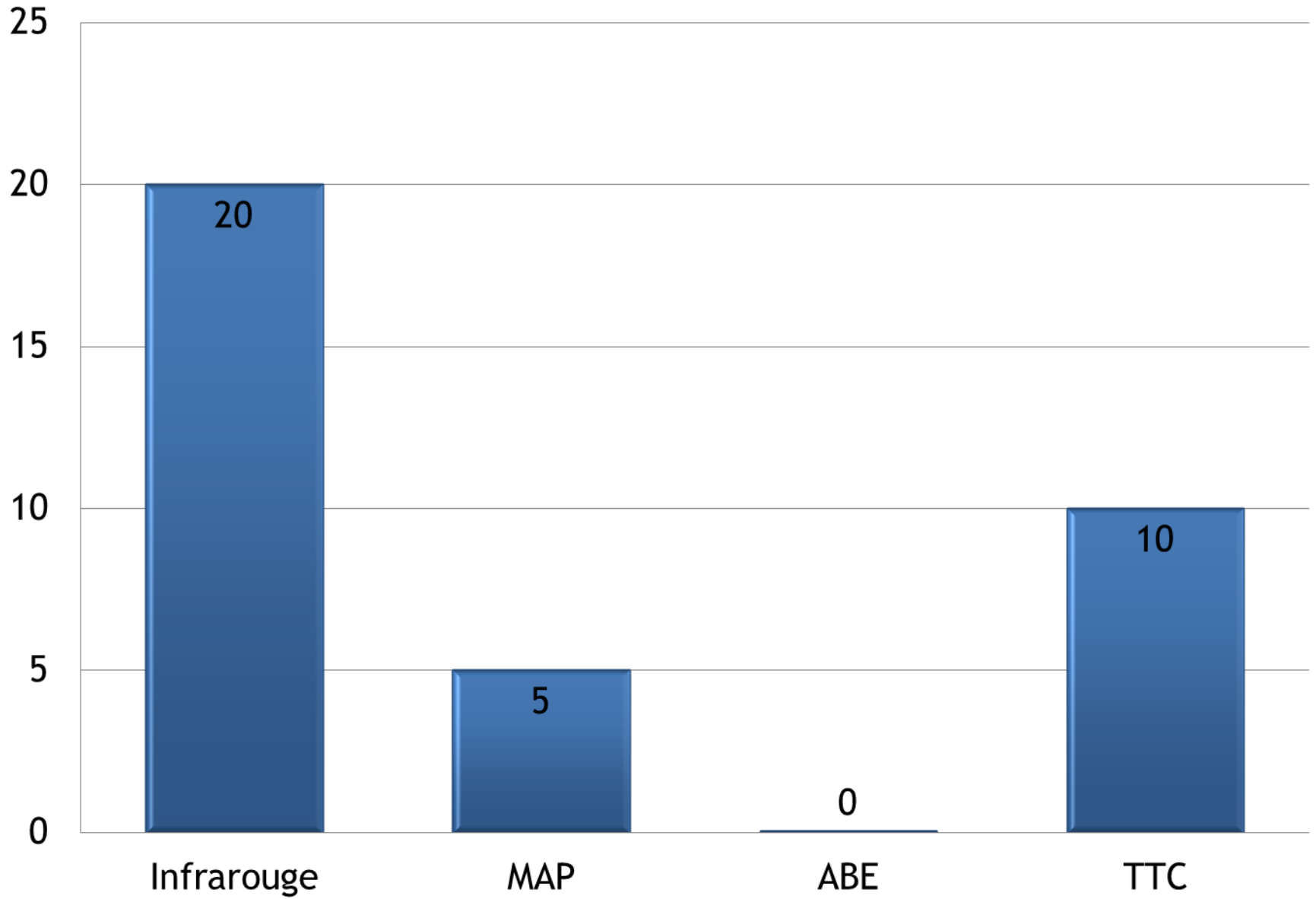
# Formation



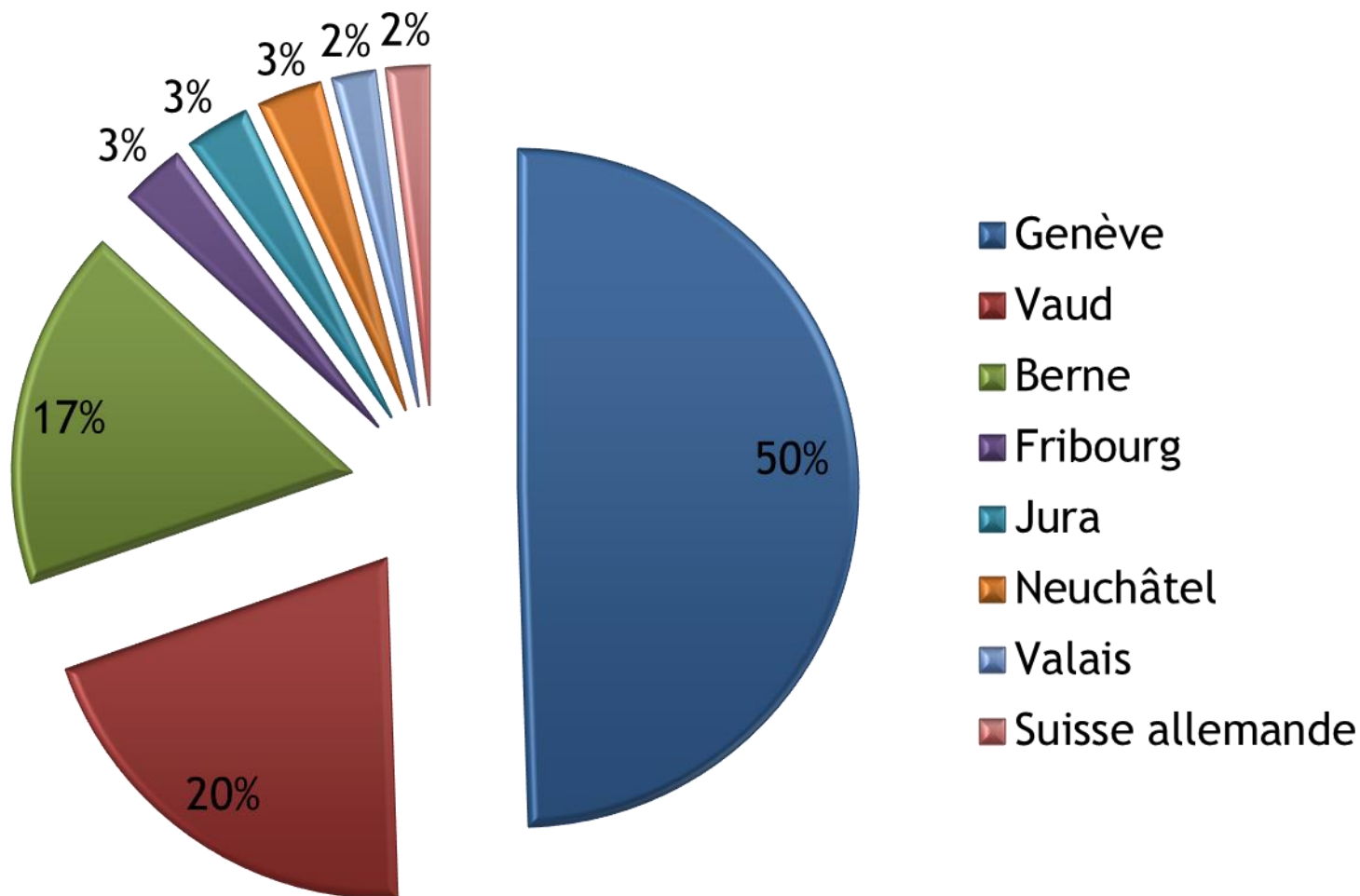
■ Universitaire

■ Non-universitaire

## Pourcentage de non-universitaires



# Répartition des participants



Une question descriptive : quelle discrimination ?



Une recherche d'information : une analyse de contenu



Des résultats



Une suite : pourquoi ?



**Plusieurs techniques  
ou  
techniques associées**

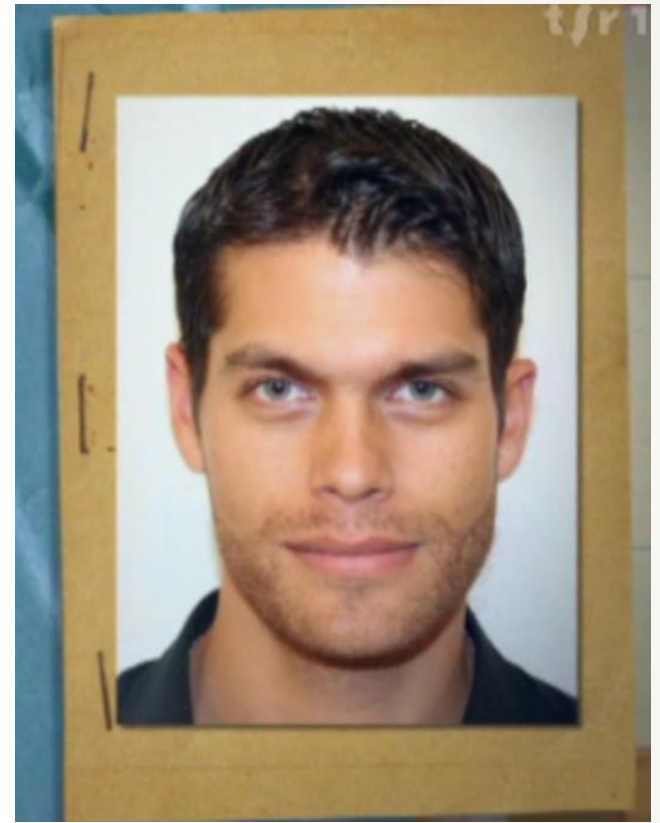


3 Directeur commercial



220'000 CHF / an

4.2



5.5

Chômeur



\*\*\*\*\*

3.9

**aînés**

**cadets**

**chocolat**

**bonbons**



Fève de chocolat → stimulation de l'activité cérébrale

LA RAISON



Acides de fruit → production d'énergie

L'ACTION

<https://www.rts.ch/play/tv/specimen/video/le-rang-de-naissance-influence-la-personnalite?id=7430648>

**Place dans la fratrie**

**=**

**Personnalité**

**=**

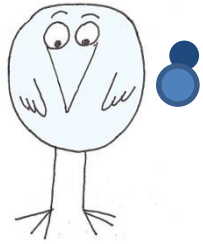
**Goût alimentaire**

# **EXPERIENCE - PROTOCOLES**

**Quatre ou cinq modules  
durant l'année**

**Une technique  
Une thématique**





***Des thèmes – dans le domaine des sciences humaines – à choix***

***De petites intro théoriques.***

- ***Le don***
- ***Les théories du complot***
- ***La relation homme - femme***
- ***L'image (ou la représentation)***
- ***Les discriminations***
- ***La beauté***



**LE PERIL JEUNE**

UN FILM DE  
**CEDRIC KLAPISCH**



THE AMAZING  
**SPIDER-MAN**

EN 3D ET IMAX 3D

COLUMBIA PICTURES PRESENTS A MAMMUT PRODUCTION A MARVEL ENTERTAINMENT / LAURA ZISKIN / AVI ARAD / MATT TOLMACH "THE AMAZING SPIDER-MAN" ANIMATION BY BOB  
EMMA STONE DAVIS DRAY DENNIS LEARY CAMPBELL SCOTT JORDAN KRANZ AVEC MARTIN SHEEN ET SALLY FIELD MUSIQUE DE JAMES NEWTON HOWARD COSTUME DESIGNER KIM BARNETT  
PRODUCTION ALAN EDWARD BELL, K.C. PIERRO SCALIA, KYLE MICHAEL BRYAN, JESSICA JOHN SCHWARZEMAN, BOB STAN LEE, KEVIN FEJER, MICHAEL BRADY  
DISTRIBUTION EN FRANCE PAR SONY PICTURES CLASSICS IMAX 3D  
COPRODUCTIONS PHILIPPE BOUAFIA ET ALYXANDE  
© 2012 MARVEL. TOUS DROITS RÉSERVÉS. MARVEL, LE SPIDERMAN ET LE SPIDERMAN SONT DES MARQUES DÉPOSÉES DE MARVEL. LE SPIDERMAN SONT DES MARQUES DÉPOSÉES DE MARVEL.  
www.amazing-spiderman-lefilm.fr



ROBERT DE NIRO

GOLDEN GLOBE 1990 BEST ACTRESS  
SHARON STONE

JOE PESCI

# CASINO



UN FILM DE  
MARTIN SCORSESE

TF1 INTERNATIONAL LEGENDE ENTREPRISES et UNIVERSAL PICTURES présentent une production de PMA/CAPMA en collaboration avec MARTIN SCORSESE "CASINO"  
DON RICHES ALAN KING KEVIN POLAK JAMES WOODS COSTUMEUR RETA KRAKE JOHN DUNN MONTAGE THOMA SCHOONMAEKER DÉCOR DANTE FERRETTI  
MUSIQUE ROBERT ROYADSON A.S.C. ÉCRITURE NICHOLAS PESCOE RÉALISATION NICHOLAS PESCOE et MARTIN SCORSESE PRODUCTRICE BARBARA DE PMA  
DISTRIBUÉ PAR MARTIN SCORSESE UNIVERSAL UNIVERSAL PICTURES



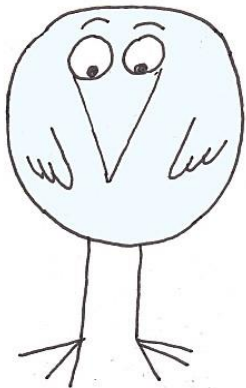
**1<sup>ère</sup> année d'OC**

**Quatre ou cinq modules  
théoriques et pratiques**

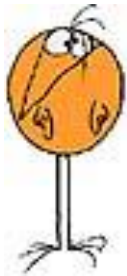
**Mais aussi ... acquérir des  
techniques de présentation  
(écrite et orale)**

**et encore discuter de  
quelques éléments de  
psychologie ou en sociologie**

**...**



**2<sup>ème</sup> année d'OC**



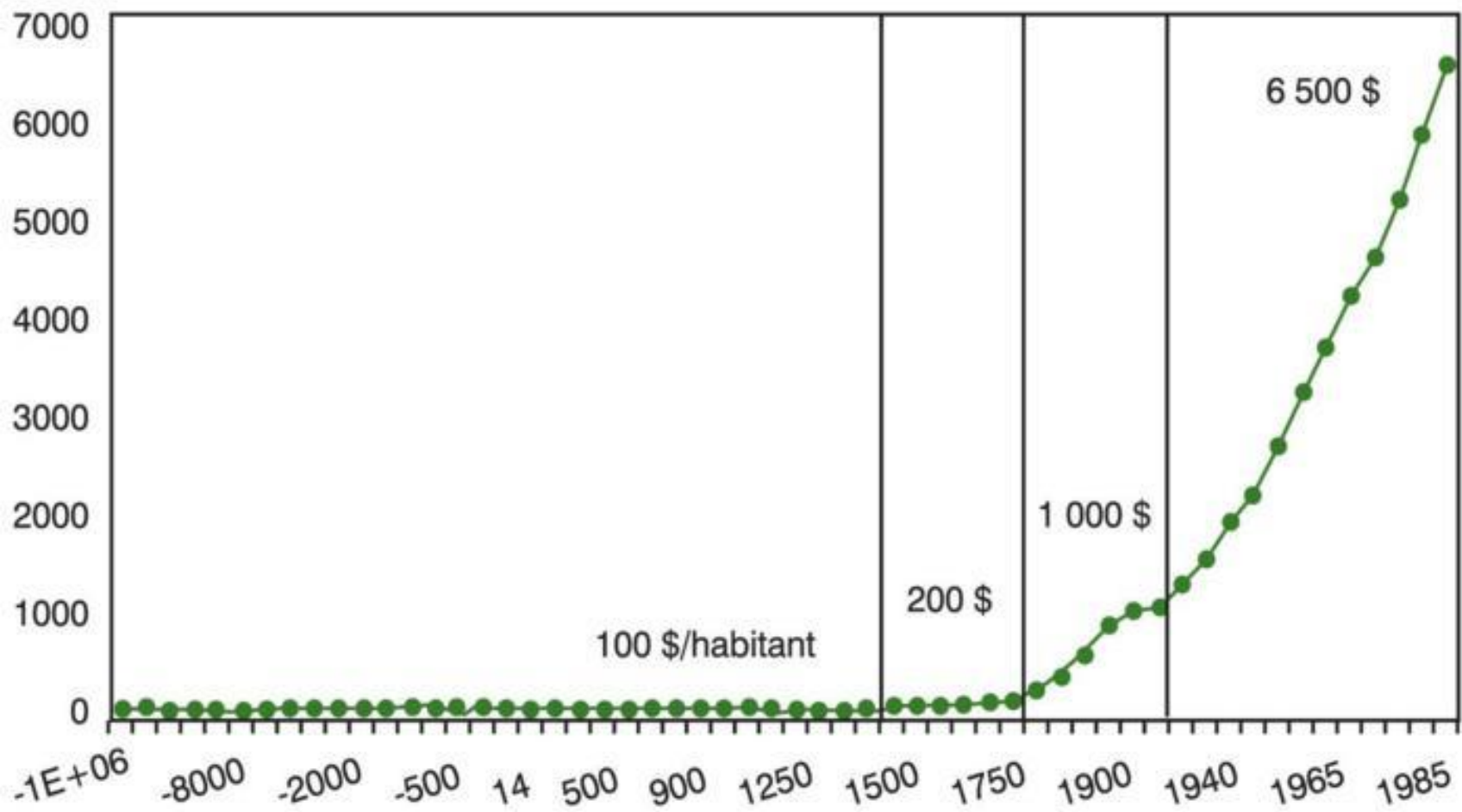
**Regarder et  
comprendre le  
monde  
d'aujourd'hui et de  
demain**



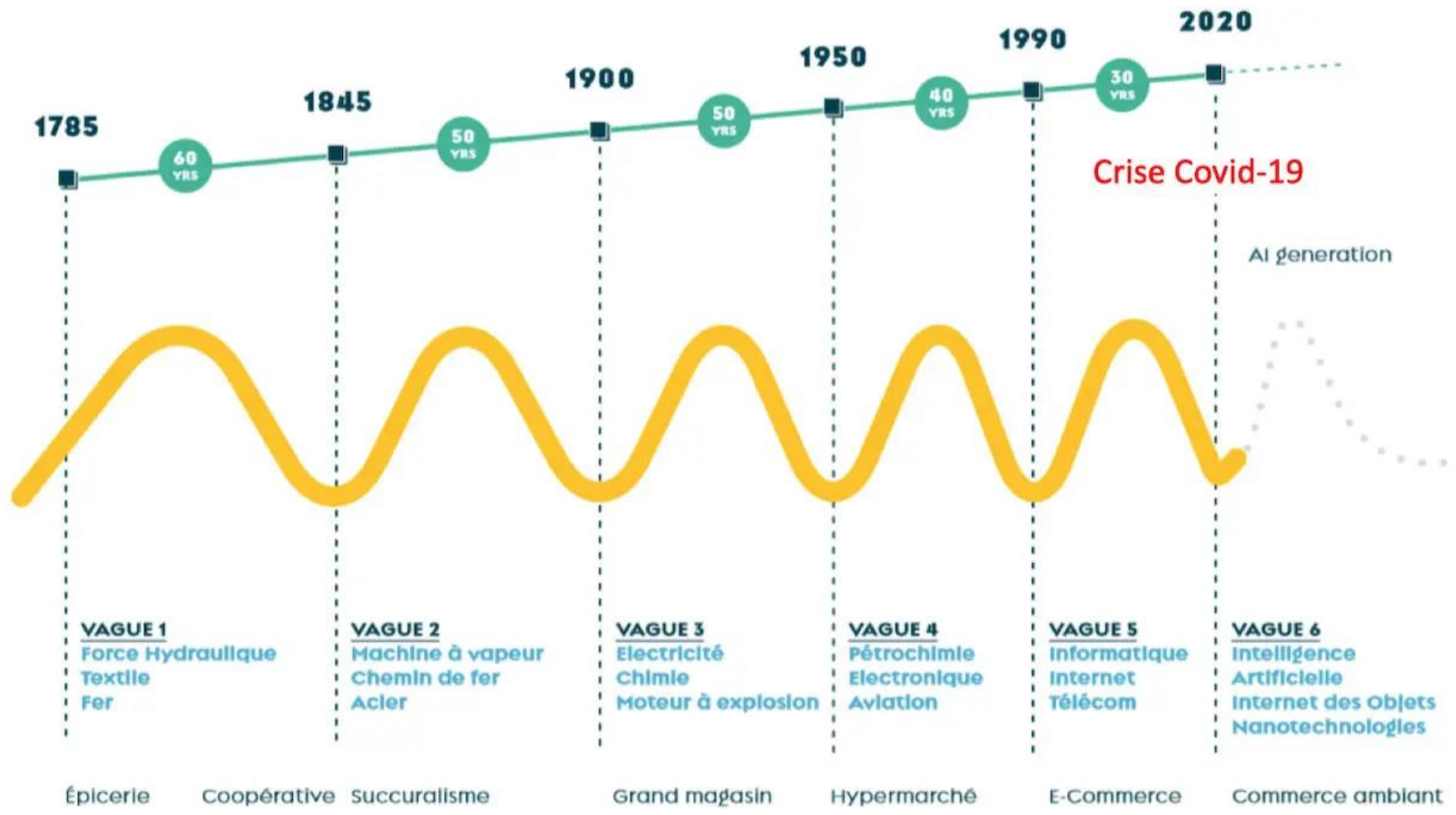
**Faire de la  
prospective**

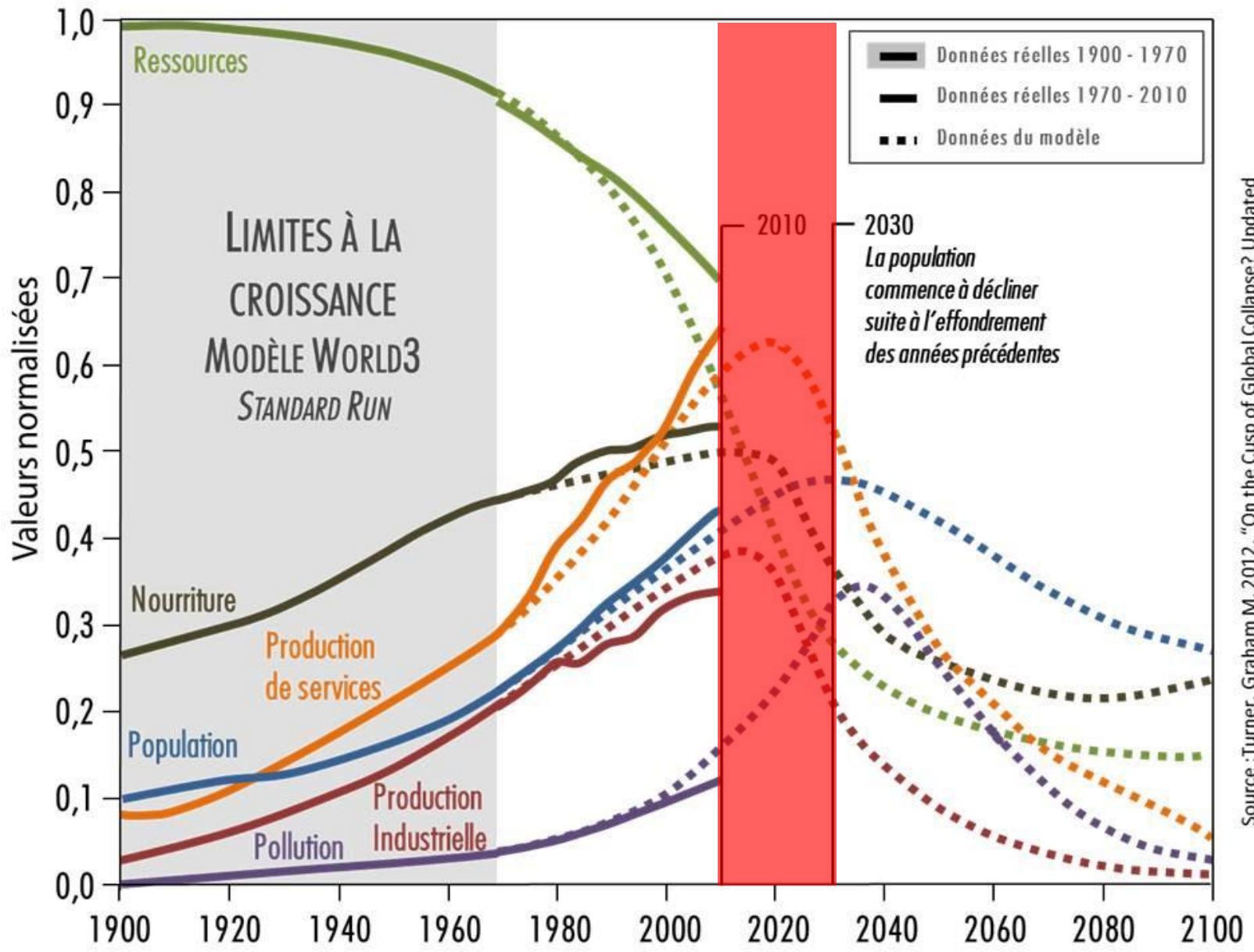
**Quelques  
concepts**

- ❖ **Évolutions et continuités**
- ❖ **Cycles**
- ❖ **Ruptures**





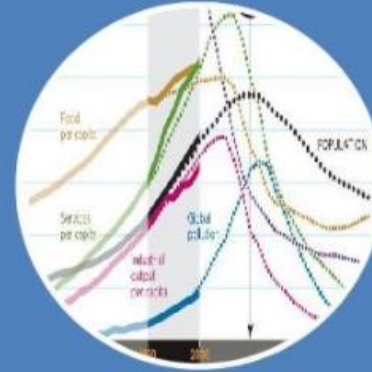




Source : Turner, Graham M. 2012. "On the Cusp of Global Collapse? Updated



Modèles  
rétrospectifs et  
analytiques



Modèles  
prospectifs et  
mathématiques



# Scénarios de rupture à l'horizon 2040-2050

RAPPORT VIGIE 2020

*futuribles*  
INTERNATIONAL



DES SOCIÉTÉS  
HYPERTECHNOLOGIQUES

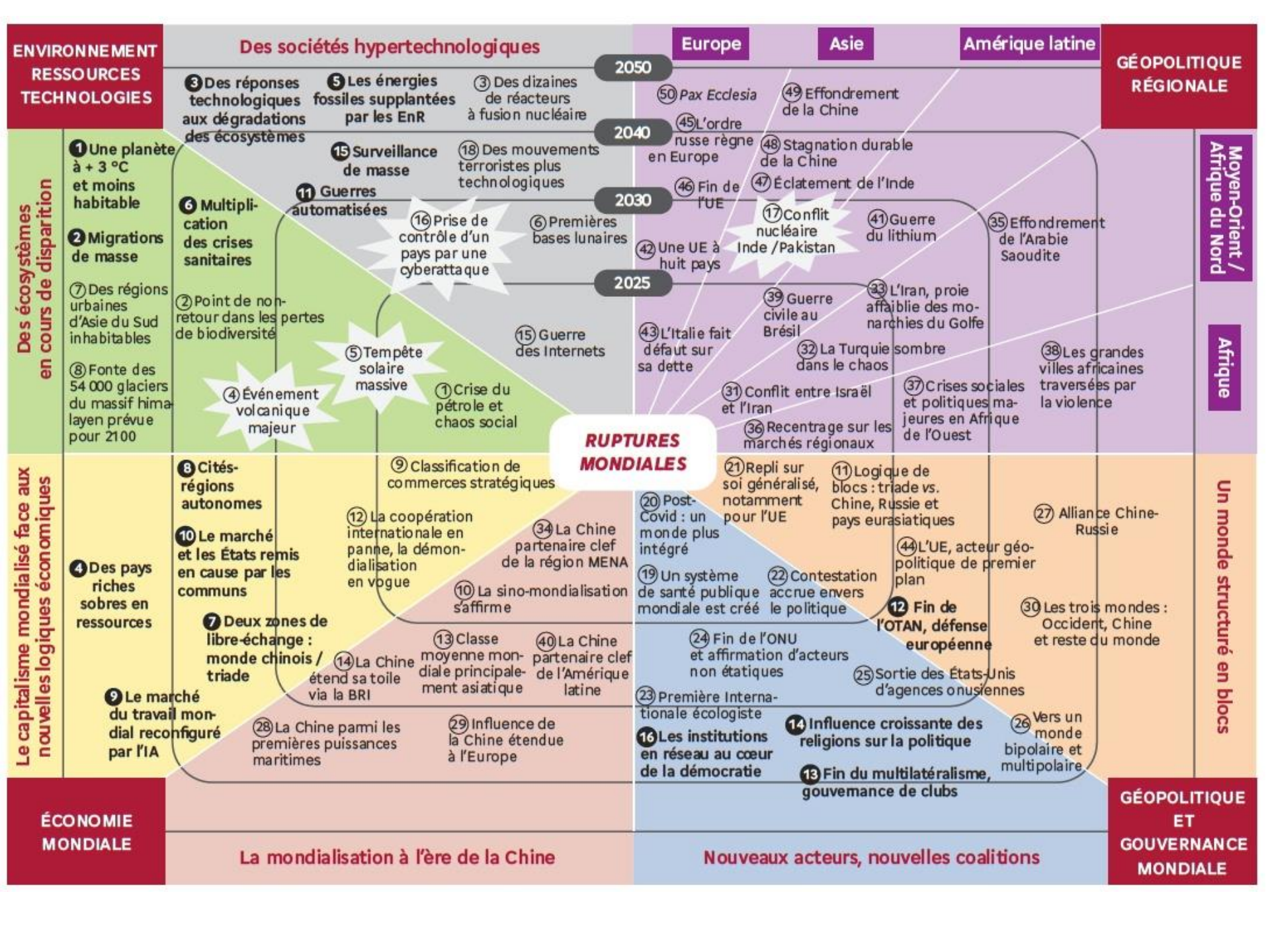
LA MONDIALISATION  
À L'ÈRE DE LA CHINE



UN MONDE  
DE BLOCS

DES ÉCOSYSTÈMES  
EN COURS  
DE DISPARITION



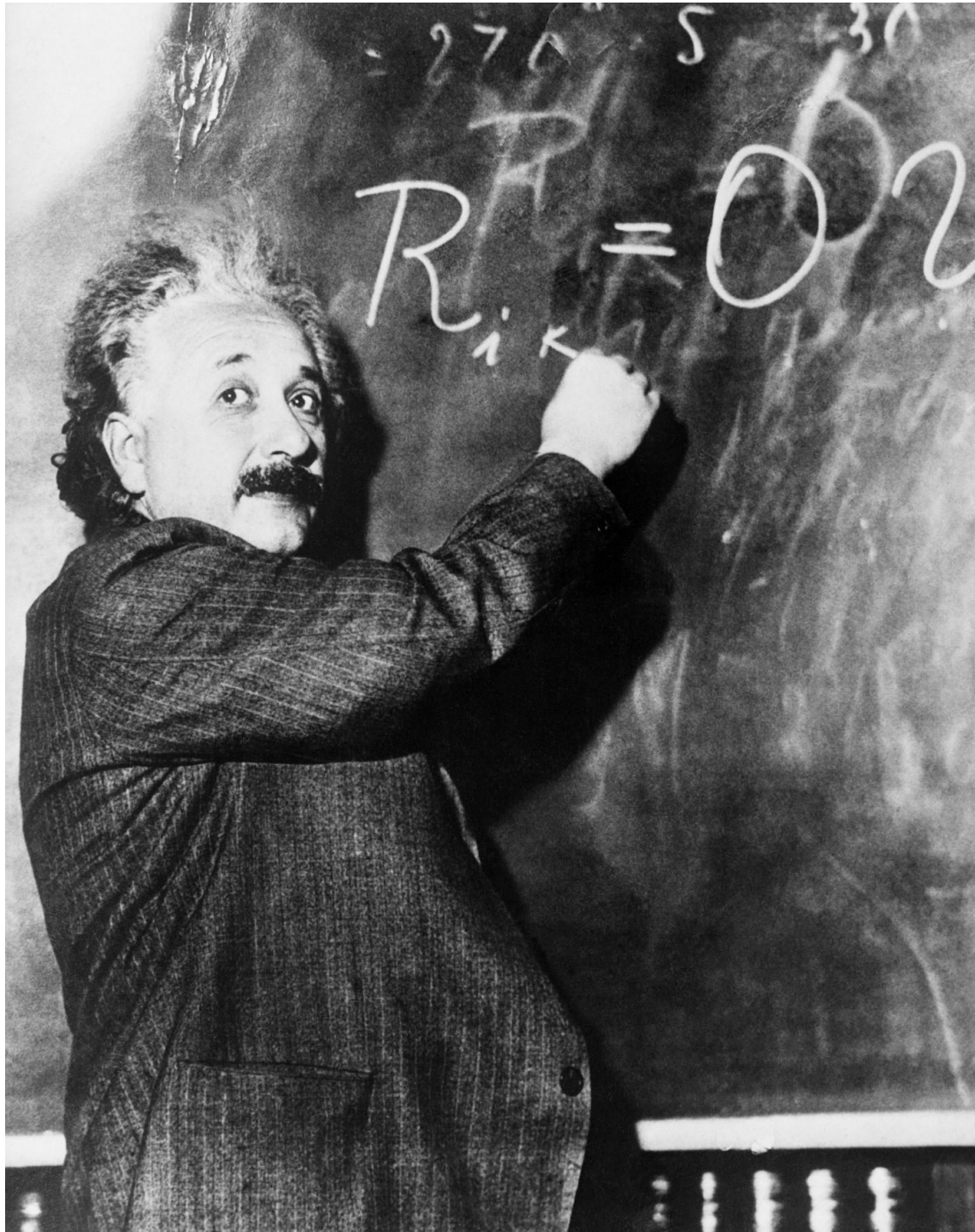




**Faire de la  
prospective**

**Quelques  
méthodes**

- ❖ **Modéliser (la logique)**
- ❖ **Négocier**
- ❖ **Imaginer (les signaux faibles)**









**2<sup>ème</sup> année d'OC**

**Le monde  
d'aujourd'hui et de  
demain**

**Quelques concepts**

**Quelques méthodes**

**Quelques thèmes**



PARFOIS LE GENRE HUMAIN EST DU GENRE INHUMAIN

# REAL HUMANS

SAISON 1



Relations  
amoureuses



Ville et  
mobilité

KELIJA PRÉSENTE

# TREP ALIUM



Le travail



# Relations internationales

**Quatre à six modules  
durant l'année**

**Un thème**

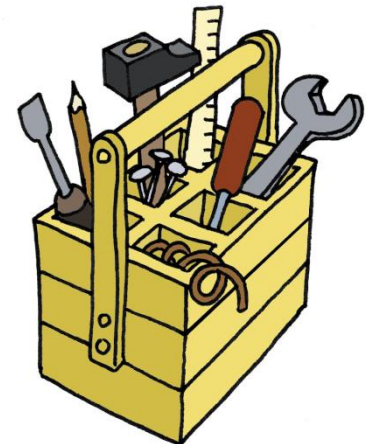
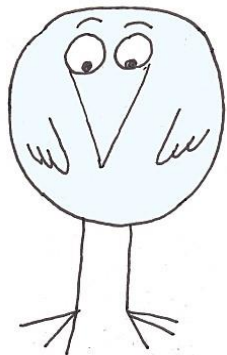
**Une méthode**

**1<sup>ère</sup> année d'OC**

**Quatre ou cinq modules  
théoriques et pratiques**

**2<sup>ème</sup> année d'OC**

**Comprendre le monde  
aujourd'hui et demain :  
un peu de prospective**





etc.

géographie

sciences  
politiques

histoire

OC

géographie

économie

architecture

aménagement  
du territoire

sociologie

anthropologie

ethnologie

psychologie



<https://www.geolycee.com>