



La personne dans la publicité

Atelier 1: Le rôle des personnes dans les publicités

Je compare les personnes retenues dans différentes publicités :

	Tranche d'âge	Rôle	Type de vêtements	Traits particuliers	Caractère, personnalité
Personnalité 1					
Personnalité 2					
Personnalité 3					
Personnalité 4					
Personnalité 5					

J'explique les évolutions observées au fil du temps dans le choix des personnes :

De quoi se souvient-on le mieux ?

Atelier 2 : Les célébrités

Je liste les célébrités invitées par la publicité qui ont été spontanément citées par la classe.

A quels univers appartiennent les célébrités qui interviennent dans les publicités ?

Quelles sont les grandes causes de société qui recourent à des célébrités ?

Je compare les personnalités analysées avec la classe :

	Univers (sportif,...)	Actualité professionnelle	Marques ou produits associés à son image
Personnalité 1			
Personnalité 2			
Personnalité 3			
Personnalité 4			
Personnalité 5			

Certaines associations célébrité-produit ou marque sont-elles moins évidentes que d'autres ?

A quoi doit faire attention une marque qui choisit une célébrité ?

J'associe à cinq célébrités réelles ou de fiction choisies par la classe le produit, le service et l'engagement auxquels elles pourraient associer leur nom.

	Produit	Service	Engagement
ex : Lucky Luke	Jeans	Application pour localiser la prison la plus proche	Protection des zones désertiques

Atelier 3 : Règles déontologiques sur l'image et le respect de la personne humaine dans la publicité

Je rédige à ma manière, pour un enfant plus jeune que moi, les règles relatives à la protection de l'image de la personne humaine.

Dignité

Décence

Personne-objet

Clichés dénigrants

Violence morale ou physique

Autorisation de la personne

Atelier 4 : L'image du corps

Quelles sont les silhouettes qui ont la préférence des élèves ?

Qu'est-ce que ces modèles risquent d'imposer comme injonction sur l'apparence physique ?

Je fais le portrait d'une personne de ma connaissance ou imaginaire que je trouve séduisante

Je note les attributs de la séduction cités également par les autres élèves dans leurs portraits

Quelles sont les différences de traduction de la séduction que je relève par rapport aux modèles analysés sur les publicités ?

Atelier 3 : L'image des hommes et des femmes

Qu'est-ce qu'une publicité sexiste ?

Je décris les publicités qui mettent en scène une répartition traditionnelle des rôles entre l'homme et la femme au sein de la famille.

Je décris les publicités qui mettent en scène une répartition des rôles plus moderne entre les différents membres d'une famille, plus proche de l'évolution de la cellule familiale.

Discussions – Débats

Discussion conduite en classe, sujet :		
Arguments développés	Je suis d'accord	Je ne suis pas d'accord
Conclusion de la classe		

Synthèse sur La personne dans la publicité

Ce que j'ai trouvé le plus utile	Ce que j'ai envie de changer dans ma manière de faire