



L'image de la personne humaine

Atelier 1 : La dignité, la décence, la discrimination



30 min de préparation – 30 min d'atelier en classe

Préparation de l'enseignant :

Sur le site de l'ARPP (Autorité de régulation professionnelle de la publicité), rechercher les règles relatives à la protection de l'image et au respect de la personne humaine.

www.arpp.org/nous-consulter/regles/regles-de-deontologie/image-et-respect-de-la-personne/

Voir pour illustrer et expliquer ces principes les publicités rejetées dans le bilan 2017
<https://www.arpp.org/actualite/bilan-publicite-image-respect-de-personne-2017/>

Avertissement : faites une extraction du rapport avant de le partager avec les élèves pour garder le contrôle des visuels et des produits à analyser

Voir aussi l'avis du Conseil de l'éthique publicitaire (CEP) sur l'image du corps dans la publicité
<https://www.cep-pub.org/avis/avis-cep-image-corps-publicite/>

Animation de l'atelier :

Parcourir la liste de ces règles avec les élèves, en apportant les explications nécessaires à leur compréhension.

La Recommandation « Image de la personne humaine » de l'ARPP couvre les principes suivants :

- ne pas porter atteinte à la **dignité** de la personne ;
- ne pas porter atteinte à la **décence** ;
- ne pas réduire la personne humaine à la fonction d'**objet** ;
- ne pas présenter ou induire de **stéréotypes dénigrants** ;
- éviter de faire appel, même indirectement, au sectarisme ou au **racisme** ;
- n'utiliser de **référence ethnique ou religieuse** qu'avec la plus grande prudence ;
- ne pas induire une idée de **soumission** (ni de domination) ou de **dépendance** (ni d'exploitation) **dévalorisant** la personne ;
- ne pas présenter de **violence**, qu'elle soit morale ou physique ;
- ne pas utiliser d'images d'une personne **sans son autorisation**.

Lorsque ces règles sont comprises par les élèves, leur proposer de les rédiger comme s'ils les destinaient à un enfant un peu plus jeune qu'eux. Comment expliquent-ils ces principes avec leurs référents propres ?

Info + :

L'emploi d'enfants pour réaliser des publicités est très encadré : il ne peut être effectué que par des agences de mannequins agréées ; les horaires de travail sont très stricts ; une partie de la rémunération est bloquée jusqu'à la majorité de l'enfant ; les autorisations liées aux droits à l'image doivent être signées par le représentant légal...

Atelier 2 : L'image du corps



30 min de préparation – 30 min d'atelier en classe

Préparation de l'enseignant :

Collecter des publicités magazines exposant des corps masculins et féminins idéalisés : publicité pour des dessous, des maillots de bain, des parfums, des produits cosmétiques pour le corps.

Info + :

La publicité impliquant des personnes peut contribuer à donner une image idéalisée de l'apparence physique, en présentant des clichés d'idéaux esthétiques auxquels beaucoup se réfèrent. Bien que cela tende à évoluer, les publicités qui font intervenir des personnes en surpoids, au visage ingrat ou au corps présentant des déséquilibres esthétiques ou physiques sont encore rares. Lorsqu'elles le font, c'est pratiquement un acte militant, ou alors c'est dans le cadre d'une campagne de prévention ou de sensibilisation.

Les personnes – célèbres ou anonymes – qui interviennent dans les publicités sont maquillées pour estomper leurs défauts, taches ou rides, illuminer leur teint, coiffées pour faire gonfler et briller leur chevelure avant les prises de vue ou le tournage. Leur image peut ensuite être retouchée à l'aide de logiciels pour améliorer la qualité de la photo (cadrage, luminosité, contrastes...) ou gommer encore des défauts, augmenter quelques rondeurs ici, en supprimer d'autres là.

Dans ce dernier cas, depuis octobre 2017 les publicités qui ont recours à des logiciels pour retoucher la silhouette des mannequins doivent comporter la mention « Photographie retouchée ».

Animation de l'atelier :

Faire réagir les élèves sur la sélection de publicités magazines.

La mention « Photographie retouchée » figure-t-elle sur certaines publicités ?

Quels commentaires leur inspirent ces silhouettes ? Quelles sont celles sur lesquelles ils se projettent ?

Quelles réactions négatives ou de rejet peuvent-elles susciter ?

Quelle pression cela peut-il mettre sur le public, notamment le jeune public ?

Faut-il essayer de ressembler à ces silhouettes ?

Voir pour la discuter en classe la vidéo « Fonds pour l'estime de soi » :

<http://www.culturepub.fr/videos/dove-fonds-pour-l-estime-de-soi-evolution>

Les images que nous montre la publicité sont souvent retouchées ou montées et présentent une version améliorée du modèle initial.

Demander à chaque élève de décrire sur le papier une personne de sa connaissance, ou une personne imaginaire, qu'il trouve séduisante. Qu'est-ce qui crée à ses yeux cette séduction ?

Confronter les descriptions des élèves pour dresser le portrait d'une personne séduisante.
Rapprocher ensuite ce portrait des photos des mannequins dans les magazines.

La traduction de la séduction est-elle la même ?

Comparer les clichés de certaines personnalités, mannequins ou célébrités, travaillés pour une publicité et ceux qui correspondent à des « instants volés » dans les magazines « people ». Ces derniers clichés ne sont pas retravaillés et montrent les célébrités sans fard.

Demander aux élèves de définir la beauté. Quels sont leurs critères ?

Sont-ils influencés par les images véhiculées par les médias ?

Par un personnage célèbre qu'ils admirent ?

Quelle importance accorde-t-on à l'apparence physique ?

Aujourd'hui, quelles sont les composantes de la séduction ?

La beauté a-t-elle une définition unique ?

Atelier 3 : L'image des hommes et des femmes



30 min de préparation – 40 min d'atelier en classe

Préparation de l'enseignant :

Présélectionner des publicités sur www.culturepub.fr – spots – thème « Famille...je vous hais » sur les secteurs suivants et à des périodes différentes :

- entretien ménager (électroménager, produits d'entretien...),
- automobile,
- alimentation infantine, puériculture,
- bricolage,
- banque ou assurance.

Animation de l'atelier :

Comparer la place des hommes et des femmes dans les publicités sélectionnées.

Distinguer et décrire les publicités qui reflètent une répartition des rôles plutôt traditionnelle parmi les membres de la famille (penser aussi aux grands-parents) d'un côté, et celles qui reflètent une répartition plus moderne, plus proche de l'évolution de la cellule familiale de l'autre.

Quelles sont les situations qui véhiculent une image sexiste de la femme ... ou de l'homme ?

Voir les pages Stéréotypes du bilan de l'ARPP <https://www.arpp.org/actualite/bilan-publicite-image-respect-de-personne-2017/>

Atelier 4 : Histoire de la beauté



30 min de préparation – 40 min d'atelier en classe

Préparation de l'enseignant :

Faire des recherches sur le thème de la beauté à travers l'Histoire, en comparant l'évolution des critères de beauté au fil du temps.

Animation de l'atelier :

Proposer aux élèves de commenter des tableaux appartenant à différentes époques et représentant des personnages masculins ou féminins.

Suggestions :

- *Antiquité*
- *Classicisme*
- *Renaissance*
- *Impressionnisme*
- *Cubisme*

Comment la beauté s'exprime-t-elle d'une époque à l'autre ?

Bibliographie : Georges Vigarello – Histoire de la beauté – Seuil – Points Histoire – 2007