

L'image de la personne humaine

Objectif

Identifier les sensibilités et obligations à prendre en compte pour la représentation des personnes dans la publicité. Prendre du recul sur l'image de la personne et les modèles proposés par la publicité, sur l'influence qu'ils peuvent exercer sur l'image de soi.

Atelier 1. La dignité, la décence, la discrimination

>> Les règles à observer dans l'utilisation de l'image de la personne humaine

Rechercher sur le site de l'ARPP (Autorité de régulation professionnelle de la publicité)

(<http://www.arpp.org/nous-consulter/regles/regles-de-deontologie/>) les règles relatives à la protection de l'image et au respect de la personne humaine. 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 avec le plus grand soin de faire appel, même indirectement, au sectarisme ou au **racisme** ;
- 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.

Voir pour illustrer et expliquer ces principes les publicités rejetées dans le bilan 2014-2015 (http://www.arpp.org/wp-content/uploads/2016/11/Bilan_publicite_image_personne_humaine_2014.pdf)

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 ?

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

zoom sur la publicité avec des enfants

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

>> Prendre de la distance par rapport aux modèles présentés par la publicité, faire la part des choses entre les images retravaillées et la réalité

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. Les publicités qui font intervenir des personnes en surpoids, au visage ingrat ou au corps présentant des déséquilibres esthétiques ou physiques sont 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 est ensuite 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, les publicités devront (à partir d'octobre 2017) comporter la mention "Photographie retouchée".

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 leur connaissance qu'ils trouvent séduisante. Qu'est-ce qui crée à leurs 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

>> Réfléchir, via la publicité, aux rôles masculins/féminins

Comparer la place des hommes et des femmes dans des publicités sélectionnées sur www.culturepub.fr sur les secteurs suivants :

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

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.

Débat

Discussion

Pourquoi la publicité retouche-t-elle les images ?

Suggestions

Pour stimuler l'identification, donner envie ; parce qu'il est plus facile de réaliser un montage et d'améliorer les images que de réussir à créer la situation idéale pour la filmer ou la photographier.

Atelier 4.

Histoire de la beauté

>> Observer l'évolution des canons de la beauté selon les époques

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.

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