

Réaliser une affiche en lien avec la socialisation différentielle selon le genre Travail en groupe

- (Source : Manuel Hatier)
- Groupe de deux ou trois élèves
- Durée : deux heures
- Au CDI ou en salle info
- Matériel : une feuille A3 par groupe, des stylos, de jolis feutres
- Durée : 2 heures.
- L’affiche peut être terminée à la maison et rendue à la séance suivante.
- Remarque : on peut faire l’activité 1 en classe et ne noter que l’activité 2

Activité 1 : Analyse d’une affiche et de publicités (10 points)

Documents 1



Tant qu'il y aura des femmes

Il y aura des hommes. Des hommes virils, qui préfèrent aux danses modernes l'étroit corps à corps avec leur machine. Des hommes fougueux, qui répondent à la mélodie agressive d'une montée de régime.

Tant qu'il y aura des femmes, il y aura des hommes aux yeux perçants, au regard à l'osle insoutenable, voyant tout, même au plus profond de la nuit. Des hommes aux bras tendus vers un petit volant en bois, aux reins bien calés dans leur profond baquet, aux pieds virtuoses du "talon-pointe".

Tant qu'il y aura des femmes, il y aura des hommes pour maîtriser ce merveilleux animal qu'est la SIMCA 1200 S. Pour la faire parvenir à l'extase de ses 175 chrono. Pour entretenir avec elle des rapports sages et harmonieux en jouant astucieusement de la boîte 4 vitesses synchro Porsche.

Des hommes au tempérament d'acier, capables de la faire démarrer en trombe et de l'arrêter en souplesse, d'un pied ferme mais léger sur ses 4 freins à disque assistés. Capables de la dominer avec poigne, mais aussi avec douceur. Et avec passion.

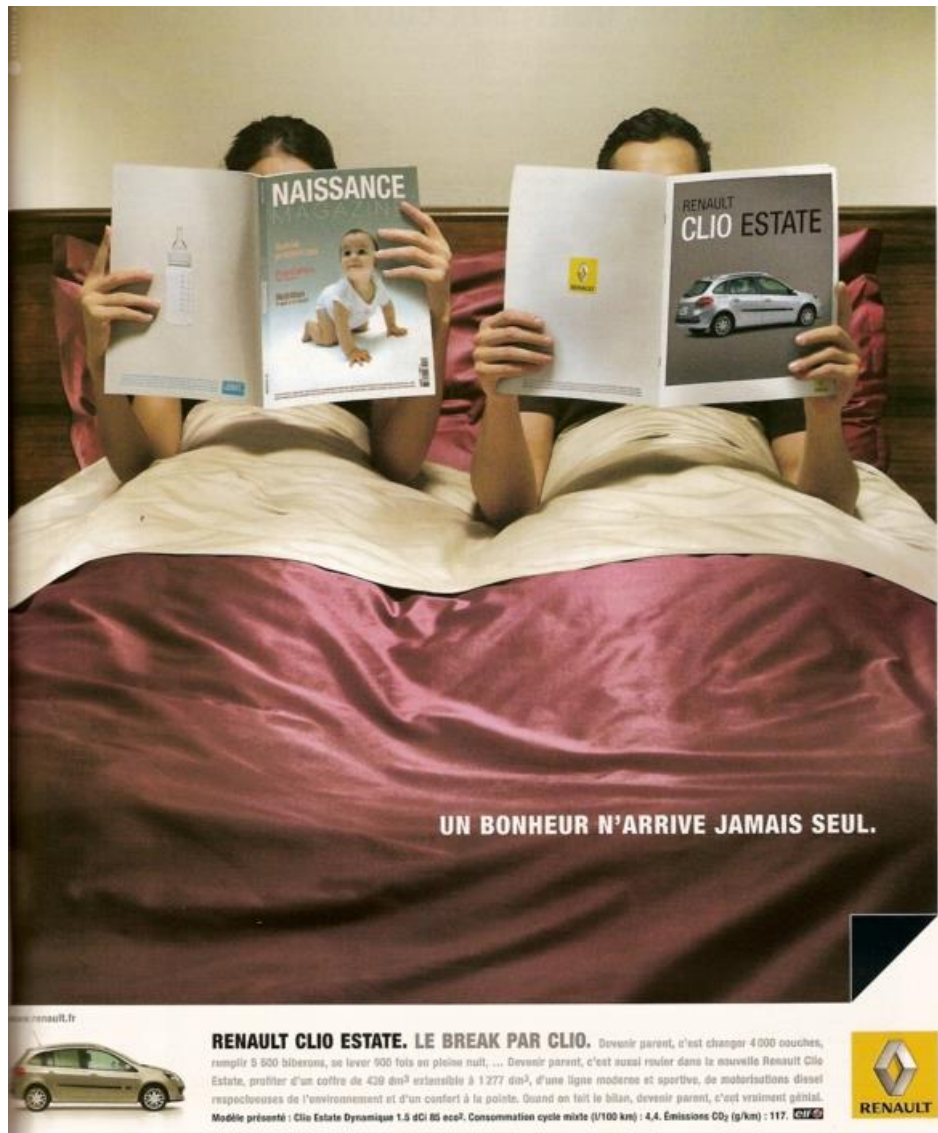
Des hommes au grand cœur, qui s'enthousiasmeront toujours devant la beauté... tant qu'il y aura des femmes.

1200 S / 14 995 F* (crédit CAVIA)
2 ANS DE GARANTIE, PIÈCES ET MAIN-D'ŒUVRE
(MOTEUR, BOÎTE DE VITESSES, TRANSMISSION, PONT)

SIMCA

* Frais de transport et de mise à disposition

Publicité pour le cabriolet Simca de 1968, qui détourne le titre d'un film américain de Fred Zinnemann « Tant qu'il y aura des hommes »



Publicité pour une Clio de Renault en 2009

Choisir une des deux publicités ci-dessus, et répondre aux questions suivantes :

- Produit vendu (0,5 point)
- Marque (0,5 point))
- Public visé (0,5 point))
- Contenu informatif (0,5 point))
- Slogan (0,5 point))
- Couleur dominante et atmosphère (austérité, sérieux, gaité...) (0,5 point))
- Quel est l'argumentaire implicite ou explicite ? (0,5 point))
- Sur quelles motivations de l'acheteur s'appuie cette publicité ? (0,5 point))
- En vous aidant de la citation du sociologue Philippe Breton ci-dessous, dites si la publicité s'appuie plutôt sur l'argumentation ou sur la manipulation : « Il y a manipulation quand la publicité ne contient aucun argument mais simplement une association à un stimulus positif, par exemple érotique ou séducteur. (...) Ce n'est pas pareil que de vendre une voiture familiale en disant qu'elle contient beaucoup de places, un grand coffre et des tiroirs (argumentation) ».** (1)

Document 2 : analyse d'une affiche pour une campagne de communication



■ Une affiche pour une campagne de communication du ministère

Affiche pour une campagne de communication du ministère des Sports (2015)

1. Quel est l'objet de cette campagne d'affichage ? (1 point)
2. En quoi cette affiche est-elle comparable ou non à une affiche publicitaire classique ? (1 point)
3. Relevez dans l'affiche les éléments qui dénoncent les préjugés sexistes. (1 point)

Sérieux de la rédaction, participation de l'élève au groupe, travail calme et autonome (2 points)

Activité 2 : Réaliser une affiche publicitaire pour illustrer la socialisation de genre (10 points)

Vous travaillez dans une agence de pub et l'un de vos clients vous demande de réaliser une affiche.

1. Choisir un bien ou un service, qui permet d'illustrer la socialisation genrée (jouet, électroménager, soin de beauté, outil...)
2. Identifier le public visé.
3. Réfléchir à l'argumentaire (justification des qualités et caractéristiques du produit, sensibilisation du public cible, avantages réels ou supposés, mise en scène du produit qui vise à le rendre attirant).
4. Choisir un visuel (photo/dessin), comme élément central de la publicité.
5. Choisir un slogan.
6. Disposer le contenu informatif sur l'affiche.

Grille de notation de l'affiche à rendre avec l'affiche

Choix du produit (1 point))			
Esthétique de l'affiche (2 points))			
Originalité de l'argumentaire (2 points)			
Pertinence du visuel par rapport à l'argumentaire (2 points)			
Pertinence et originalité du slogan (2 points)			
Respect des consignes, participation au groupe, travail autonome et calme (2 points)			