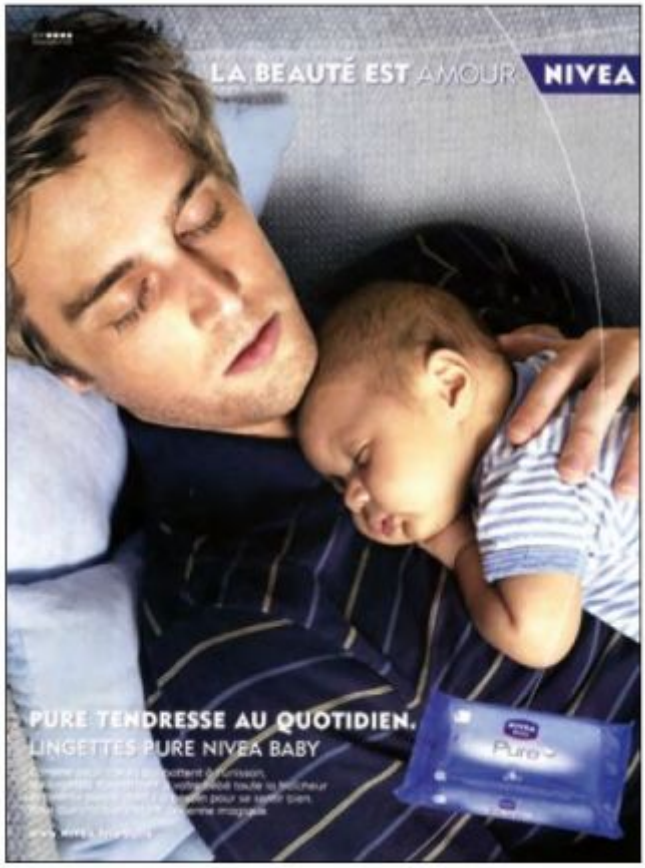
Corps Masculinités Parentalité

LINGETTES NIVEA (PUBLICITÉ.2008)



MÉTHODE

Intention pédagogique

Questionner le rôle et la place des pères dans la publicité et dans la société.

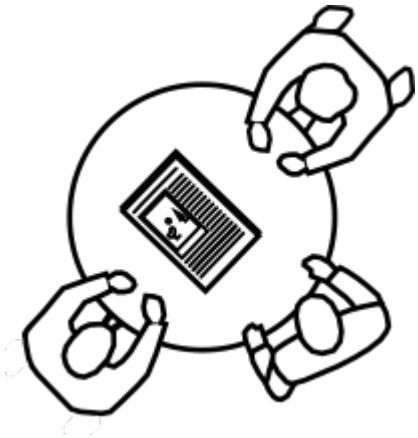
Pistes d'exploitation

En classe, vous pourrez proposer aux élèves de faire l'ANALYSE de cette image publicitaire, individuellement ou collectivement, à l'aide des questions incluses dans la fiche et dans les annotations.
Vous pouvez aussi proposer aux élèves d'annoter eux-mêmes l'image après avoir créé votre espace personnel.
Une fiche PDF est téléchargeable.
Dans les PROLONGEMENTS, nous vous proposons d'autres pistes de réflexion, d'autres visuels à consulter et/ou à annoter, des films à regarder ainsi que de nouvelles propositions pédagogiques.

Introduction

Un entretien avec Eric Macé, sociologue, maître de conférences à l'Université de la Sorbonne Nouvelle-Paris III, et chercheur au Centre d'analyse et d'intervention sociologiques (Cadis), EHESS-CNRS (9'34), 2011
NOUVELLES FORMES DE MASCULINITÉS : L'EXEMPLE DES PÈRES DANS LA PUBLICITÉ

ANALYSE



Éléments d'analyse, questions et propositions de réponses

Objet de la publicité ? (c'est une publicité pour quel produit ?)
Les lingettes Nivéa.
Décrire la scène :
Un homme est allongé, les yeux fermés, il dort.
Il tient contre sa poitrine, avec sa main gauche, un tout petit bébé qui dort aussi.
Qui sont-ils ? (déduction)
C'est un père qui se repose avec son bébé.
Le bébé est fille ou garçon ? Pourquoi ?
Que-pensez-vous de ces couleurs attribuées à un sexe et pas à l'autre ?
On imagine que c'est un garçon parce que son body est bleu ; le bleu est sans doute choisi, car il illustre le bleu du paquet de lingettes.
Concernant les codes couleur en général, le bleu marque le masculin comme le rose marque le féminin, ce qui n'a pas toujours été le cas, c'était même le contraire comme le montre cette vidéo :
http://www.matilda.education/app/course/view.php?id=81).
En effet, à une époque donnée, dans une culture donnée, on attribue une valeur symbolique aux couleurs : par exemple en Chine, la couleur traditionnelle du mariage est le rouge, alors que dans les pays de tradition catholique, c'est le blanc.
Tout le monde, filles et garçons, femmes et hommes, devrait pouvoir choisir une couleur parce qu'elle lui plait sans se préoccuper des codes en vigueur ou de la mode. D'ailleurs de nombreux sportifs hommes portent des maillots roses.
Pourquoi *Nivéa* a choisi un bébé garçon ?

Peut-être parce qu'un homme serait plus à l'aise avec un garçon ? Faut-il être de même sexe pour bien s'occuper d'un bébé ?

Décrire les vêtements en prêtant attention aux couleurs .

Toute l'image est dans les tons de bleu :

coussins bleu clair

body du bébé, bleu clair rayé

tee-shirt du père : bleu foncé rayé

pochette lingettes : bleu clair

NIVEA écrit en blanc dans un cadre bleu

Le père et le bébé portent tous les deux des habits rayés bleus : pourquoi ?

Pour montrer qu'ils sont proches, de la même famille.

Noter les mots importants(écrits en gros caractères) dans les deux phrases. Que veulent-ils signifier ?

"La beauté est amour"

C'est l'amour unissant le père et son enfant qui rend si belle la scène (notons aussi que le père comme l'enfant sont particulièrement beaux).

Le mot *NIVEA* à la fin de phrase renvoie aussi à la marque dont l'argument marketing est de proposer des produits fabriqués avec amour pour rendre plus beaux ceux et celles qui les utilisent (ne pas oublier que nous regardons une publicité dont l'objectif est de faire acheter ces lingettes).

"Pure tendresse au quotidien"

C'est évidemment une référence aux lingettes *PURE Nivea Baby* "douces et pures tous les jours". La tendresse, c'est aussi celle du père envers son bébé, qu'il tient collé contre lui, et celle qu'on peut imaginer qu'il témoigne à son bébé quand il lui nettoie les fesses avec ces lingettes.

Ce vocabulaire de l'amour et de la tendresse dans le domaine du soin (mais pas seulement) est habituellement associé au registre maternel. On voit ici qu'il est tout aussi légitime dans le registre paternel.

Quelle impression se dégage de cette scène, de l'attitude des deux personnages ?

Exemples de réactions d'élèves de CM1 et CM2 :

> Le bébé a l'air très content d'être contre son papa….on voit qu'il se sent bien… en confiance…Ils sont beaux tous les deux…On voit que le papa aime

> fort son bébé…On voit qu'il le tient bien avec sa main…Ils dorment bien tranquillement l'un contre l'autre…Le bébé est en sécurité…C'est un papa qui doit faire beaucoup de câlins à son bébé…

Les réactions portent en général sur le lien père/bébé plus que sur les lingettes et le change.
Parfois aussi les enfants rigolent en évoquant le père qui change son bébé, partant du principe qu'il ne saura pas, ou qu'il saura moins bien que la mère du bébé, ou que toute autre femme.
Voir par exemple la publicité télévisée pour les couches *Huggies* où justement un père n'arrive pas à changer son enfant : **https://www.youtube.com/watch?v=cjAZiY-QGws)**
L'incompétence supposée des pères est un des ressorts de la publicité.
Il est important de séparer ce qui est de l'ordre du naturel (les femmes peuvent être enceintes) de ce qui est de l'ordre de l'apprentissage (laver un bébé, le changer, préparer les biberons, etc.).
Tout ce qui est du registre de l'apprentissage s'acquiert indifféremment du sexe.
Par contre, la société fait pression pour que les filles et les garçons soient persuadés très tôt que la répartition des rôles (inégalitaire) est naturelle !
Par exemple, les jouets :
fille ménagère ou apprentie maman, et garçon bricoleur ou guerrier, les livres et revues pour enfants, et même les manuels scolaires de lecture et de mathématiques.

Imaginer ce qui va se passer après le réveil

Le papa va câliner, embrasser, jouer avec son bébé. Il va le changer, lui nettoyer les fesses (avec la lingette) et lui mettre une couche propre.

Autres propositions sur Genrimages

Une publicité analysée et annotée qui propose une autre vision de la paternité

CLIO ESTATE (2008)

Un film d'animation sur un père et son bébé

ENTRETIEN DOMESTIQUE N° 1 : PAPA ET BEBE
et aussi
MASCULINITÉS (1)
FAMILLES

Des publicités sur le thème de la parentalité à annoter

A ANNOTER : PORTE-BÉBÉ RADIUS
A ANNOTER : PUBLICITÉ POUR LA POSTE
A ANNOTER : PUBLICITÉ POUR LE LAIT NIVÉA BABY

Autres propositions pédagogiques

Travailler à partir des affiches *MENCARE* proposées ci-dessous ou sur le site de la campagne du même nom :
http://men-care.org/resources/?type=postershttp://men-care.org/resources/?type=posters
Proposer, par exemple, de choisir un visuel et de le présenter au groupe ; ou d'écrire un texte en se mettant à la place du père et/ou de l'enfant.
exemples :

YOU ALWAYS HAVE A HUG FOR ME.
YOU ARE MY FATHER.

Your children are scared of the doctor, but you know that as a father it's up to you to help protect them from easily-preventable illnesses. It's one of the most important things that you can do for them.

You can make sure that your children grow up healthy... and provide them with the hugs necessary to make those doctors visits a little less scary.

For more on fatherhood and responsibility, go to
www.Men-Care.org

MenCare

CAMPAÑA DE PATERNIDAD

Cuida la salud de tu hijo/a y acompáñalo a sus controles de salud

ENS · CULTURA SALUD · MenCare · unicef

Regarder et commenter cette vidéo : des pères au Kenya bousculent la tradition en s'occupant de leur bébé
https://www.facebook.com/watch/?v=2583061751943456

Chercher des illustrations, dans la publicité ou dans des livres, montrant des pères investis dans la vie de leurs enfants.

Au moment de la fête des pères, construire un panneau mural avec des exemples des cadeaux les plus fréquemment proposés aux pères ; mettre en regard les qualités ou compétences valorisées (force, puissance, séduction, fortune, compétence technologique, etc.)

Un panneau sur le même modèle pourra être composé au moment de la fête des mères.

Regarder cette publicité pour le fromage Philadelphia :
https://www.youtube.com/watch?v=Yyqsj5EGu1A
Pourquoi a-t-elle été jugée sexiste en Angleterre ? Quels stéréotypes concernant les pères ?

DOCUMENTATION

Article

Le confinement nous a offert une projection du congé paternité allongé (2020)

Vidéos

Des publicités sur youtube :

Nivéa bébé "Bonne fête à toutes les mamans", où l'on retrouve la mère attentionnée :
https://www.youtube.com/watch?v=JxwSIIvWGnA

Compilation spéciale "pères indignes" (certaines en anglais sous-titrées en français) :
https://www.youtube.com/watch?v=ZSg_1vKgH_Y

Compilation spéciale Fête des pères :
https://www.youtube.com/watch?v=zDnEqbveZkU

La bande-annonce d'un film*The Mask You Live In* sur le poids des stéréotypes masculins sur le développement des garçons :
The Mask You Live In/Le masque sous-lequel tu vis (bande annonce)

Rapports

Les pères dans la publicité. Une analyse des stéréotypes à l'œuvre. 2010
Eric Macé. Observatoire de la Responsabilité Sociétale des Entreprises (ORSE).
Un rapport qui analyse plusieurs publicités, notamment des publicités télévisées (les liens sont actifs).
https://www.orse.org/nos-travaux/les-peres-dans-la-publicite-une-analyse-des-stereotypes-a-l-oeuvre

Extraits (questions à Eric Macé, auteur du rapport) :

> "*Pourquoi aborder la thématique des représentations sexistes à travers les hommes ? Qu'est-ce que cette approche peut apporter* ?
> E.M: Ce qu'on appelle le genre est à la fois une identité (masculine ou féminine) et un rapport social, c'est-à-dire que la différence entre le masculin et le féminin est socialement organisée et que l'un ne se définit pas sans l'autre. Le sexisme dans les représentations ne se joue pas seulement dans les stéréotypes féminins mais aussi dans les représentations du masculin, et ceci d'autant plus que nous avons affaire à une masculinité qui doit composer avec l'autonomisation des femmes et la perte du prestige social du virilisme (dorénavant disqualifié et réservé aux

représentations stigmatisantes des hommes des milieux populaires, et tout particulièrement ceux liés à la migration). Lorsqu'on observe les transformations des rapports de genre, il est toujours instructif de travailler autant sur l'anti-féminisme que sur le féminisme ou sur le masculin que sur le féminin.
Avez-vous remarqué des logiques récurrentes à l'œuvre ? Comment les définiriez-vous ?
E.M: L'étude pour l'ORSE montre que la publicité a bien pris en compte les transformations de la famille, qui n'est plus la famille dite traditionnelle avec la mère au foyer et le père qui travaille à l'extérieur : les femmes travaillent aussi à l'extérieur et les tâches domestiques et parentales sont supposées être partagées. Cependant, on retrouve ici la logique du conservatisme contrarié : la publicité prend acte de ces changements égalitaires mais ne cesse de mettre en scène et de légitimer les résistances masculines à ces changements. Ainsi, l'implicite des publicités qui montrent des femmes en situation domestique ou parentale est que les femmes sont spontanément disponibles et compétentes pour ces activités et que les produits sont là pour les aider à réaliser ces compétences, surtout depuis qu'elles éprouvent la "double journée de travail" en cumulant travail salarié et travail domestique. A l'inverse, lorsque des hommes sont mis dans les mêmes situations, l'implicite est qu'ils ne sont pas compétents et que ces rôles menacent leur masculinité, de sorte que les produits se présentent souvent comme une ressource pour échapper à ces contraintes ou se protéger d'une dévirilisation."

Etre père aujourd'hui
Réseau national des Observatoires des Familles. Note de synthèse n°8 UNAF, 2016
http://www.unaf.fr/spip.php?article20197

Introduction (extrait):

"La question des pères, de leur place, de leur rôle dans les familles d'aujourd'hui est devenue un axe important de réflexion de notre société. Elle reste toutefois en tension entre célébration des "nouveaux pères" (forcément investis, attentifs...) et craintes d'une fragilisation - voire d'une déperdition - du lien paternel par rapport au lien maternel. D'où l'importance de politiques publiques qui sécurisent et préservent le lien auquel tout enfant a droit avec ses deux parents, même lorsque le lien conjugal s'est rompu. Dès lors, comment inciter les pères à s'investir dans leur famille, pour un plus grand équilibre des rôles parentaux auprès des enfants ?"

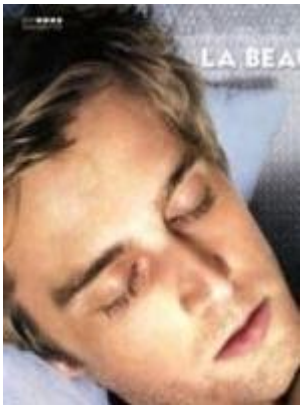
Vers l'égalité des femmes et des hommes : questionner les masculinités
Enjeux, témoignages et pratiques
Adéquations, 2016
http://www.adequations.org/spip.php?article2437

Extrait de la présentation :

"L'approche de genre, parce qu'elle interroge les rapports sociaux entre femmes et hommes permet aussi d'analyser les "coûts de la domination masculine" pour

les hommes, l’engagement de certains pour une société plus égalitaire, ainsi que la participation des femmes et des filles aux stéréotypes, aux normes et rôles de genre, aux comportements sexistes.
C’est donc dans une perspective d’émancipation à la fois des femmes et des hommes que nous souhaitons développer la question des masculinités, de la construction sociale du "masculin" et de l’implication des hommes dans les changements sociaux en faveur de l’égalité. Notre ambition est double : expliquer les enjeux de genre à partir des masculinités et mettre en valeur les initiatives prises par des hommes ou des organisations en faveur d’une redéfinition du "masculin" favorable à l’émancipation des hommes, à l’égalité femmes-hommes et aux droits humains en général."

Publicité pour les lingettes NIVEA : notes 1



L'homme dort paisiblement.

La beauté/l'amour sont le plus souvent associés au féminin. Ici il s'agit de l'amour du père pour son fils, renforcé par le fait que les modèles sont particulièrement beaux.

Le père tient bien fermement son bébé contre lui.

Le bébé dort aussi paisiblement que son papa ; il est complètement détendu.

Le mot PURE renvoie aux lingettes PURE NIVEA BABY. Quand le père change son fils c'est un moment de tendresse aussi fort que ce moment de sommeil partagé.

Rayures bleu clair et bleu foncé : le bleu marque le masculin, les rayures la proximité, peut-être même le signe qu'ils sont de la même famille ?
Mais aussi le bleu renvoie au bleu du paquet de lingettes.

Publicité pour les lingettes NIVEA : questionnaire 1

Propositions de QUESTIONS pour guider les annotations:
Objet de la publicité (c'est une publicité pour quoi ?):
Décrire la scène
Qui sont-ils? (déduction)
Le bébé est-il une fille ou un garçon ? Comment le devine-t-on?
Pourquoi Nivéa a choisi un bébé garçon ?
Couleurs ? Vêtements ?
Le père et le bébé portent tous les deux des habits rayés bleus : pourquoi ?
Mots importants dans les deux phrases en gros. Expliquez.
"*La beauté est amour*"
"*Pure tendresse au quotidien*"
Que pensez-vous des deux personnages, de cette scène ?
Comment vous imaginez la suite, quand ils vont se réveiller ?