

GENRIMAGES

représentations sexuées
et stéréotypes dans l'image

Corps Masculinités

<http://www.genrimages.org>

A ANNOTER : PUBLICITE POUR LE PARFUM BIOTHERM HOMME FORCE



BIOTHERM HOMME

LIVE STRONGER

FORCE
BIOTHERM HOMME
THE NEW FRAGRANCE
EAU DE TOILETTE

WWW.YOURFORCE.COM

MÉTHODE



Questions

Quel est l'objet de la publicité ?

Qu'est-ce qui est mis en avant ? (qu'est-ce qui occupe le plus de place dans l'image ?)

Décrire l'homme

physique (visage et corps)

mouvement

attitude

expression du visage

En quoi cet homme illustre-t-il la valeur "force" mise en avant ?

Qu'est-ce qui dans l'image la renforce ?

Que nous indique la présence de l'eau ?

Que pensez-vous de ce lien parfum/force ?

Combien de fois le mot est-il répété ?

La photo est-elle retouchée ? Oui, montrer où ; non, justifier.

Quelle image du masculin est ici valorisée ?

VOIR

Comment les parfums sont devenus genrés (2021)

Les jus féminins sont frais et pétillants, les fragrances masculines sont brutes et puissantes. Comme tant d'autres, l'industrie du parfum s'appuie sur des stéréotypes de genre en cataloguant les odeurs et en répondant à des codes marketing éculés et sexistes.

<https://www.lesinrocks.com/cheek/parfums-genre-marketing-308471-04-01-2021/>

ANALYSE

