

L'IMAGE DANS LES MÉDIAS

SÉQUENCE
1/3

L'estime de soi comporte 3 séquences:

L'image dans les médias, l'influence des pairs et l'estime de soi.

✓ **Durée : 45 à 60 minutes**

📍 **Lieu : salle conviviale**



PUBLIC : 12-14 ANS / 6 À 12 JEUNES

Aucun prérequis



ANIMATEUR.RICE.S : 1 OU 2

Prérequis :

› Avoir des notions sur la thématique.

Animer le débat autour des notions abordées en garantissant l'absence de jugement à l'égard des propos exprimés et le respect entre les participants



SUPPORT.S ET MATÉRIEL

› Vidéo

› Magazines contenant des publicités représentant des hommes et des femmes (ex : parfum, voiture, mode, ...) à analyser



OBJECTIFS DE LA SÉANCE

› Développer un esprit critique à l'égard de la publicité et des images souvent retouchées dans leur environnement

› Réfléchir aux normes corporelles véhiculées par la société (idéal physique etc.)

› Développer l'esprit critique des jeunes face aux images des corps féminins et masculins hypersexualisés dans les médias

› Développer l'esprit critique des jeunes sur les images ou les publicités pour vivre des relations amoureuses saines et basées sur le respect

› Informer de l'existence d'images à caractère pornographique et prévenir des conséquences possibles

› **CPS : - Avoir une pensée critique**

RESSOURCES

› Fiche « Image de la femme idéale-photomontage » - La Mallette Genre : pour découvrir l'égalité femmes/hommes en s'amusant. PIPSa

› [Pub Dove : Les retouches photos \[1'14\]](#) - serialflasher

ACCUEIL

- › L'animateur-riche installe les participant-e-s dans la salle prévue. Il-elle veille à ce que les participant-e-s soient bien installé-e-s et qu'ils-elles puissent voir les supports et échanger avec les autres.
- › L'animateur-riche rappelle le cadre et les règles du groupe.
- › Un rituel peut être mis en place dans le groupe ou une animation de bienvenue.
- › L'animateur-riche explique que la séance d'aujourd'hui va permettre de parler de l'image dans les médias.

Introduire la thématique de l'image dans les médias qui s'intègre dans une progression de trois séances destinées à travailler l'estime de soi et l'image de soi. Ces trois séances



CONSIGNE

proposent des supports ludiques différents à partir desquels les débats d'idée pourront être animés.



L'IMAGE DANS LES MÉDIAS

SÉQUENCE
1/3

L'estime de soi comporte 3 séquences:

L'image dans les médias, l'influence des pairs et l'estime de soi.

ÉTAPE 01



OBJECTIFS

- › Développer un esprit critique à l'égard de la publicité et des images souvent retouchées dans leur environnement
- › Réfléchir aux normes corporelles véhiculées par la société (idéal physique etc.)



CONSIGNES

LA partir de la fiche « Image de la femme Idéale - photomontage » et des images retouchées, appuyez-vous sur les règles du jeu pour animer cette étape.

Le but du jeu est de :

- › *Démontrer que beaucoup d'images de personnes présentées dans les magazines sont fausses (retouchées).*
- › *Faire la différence entre les photos retouchées et non retouchées.*

Règles du jeu : disposer sur la table, les photos à fond vert puis l'animateur demande aux participants de classer les photos en deux groupes : les retouchées et les non retouchées.

L'animateur-riche demande : quels critères ont-ils utilisés pour effectuer le classement ?

L'animateur-riche vérifie si le classement est correct et le corrige si nécessaire.

Il montre les photos originales et énonce les retouches faites.



QUESTIONS

L'animateur-riche lance le débat en posant les questions suivantes :

- › *Saviez-vous que beaucoup de photos étaient retouchées ?*
- › *Pourquoi pensez-vous que l'on retouche autant les photos ?*
- › *quels sentiments cela provoque en vous ?*
- › *utilisez-vous parfois des techniques de retouches photos avant de publier les vôtres ?*

ÉTAPE 02



OBJECTIFS

- › Développer l'esprit critique des jeunes face aux images des corps féminins et masculins hypersexualisés dans les médias.



CONSIGNES

Montrer aux participant-e-s comment la femme ou l'homme peut être utilisé-e comme objet marketing.

L'animateur-riche divise le groupe en sous-groupe de 2 ou 3 selon la taille du groupe.



QUESTIONS

1. Chaque sous-groupe choisit une publicité et aura environ 5 minutes pour décoder/analyser la publicité choisie et le message qu'elle fait passer.

- › Définir le produit, ce que c'est, à quoi il sert, la marque ?
- › Décrire l'homme, femme ou les personnages présents sur la publicité (habillement, posture, attitude, ce que la personne fait, lieu où a été prise la photo).
- › A qui s'adresse la publicité ?
- › Établir un lien ou non entre le produit et le personnage (homme ou femme). Est-ce que le personnage permet de mieux vendre le produit et d'expliquer à quoi il sert ?

vEn dehors du message publicitaire, quel est le message sous-jacent, s'il y en a un ?

2. Chacun des groupes présentent sa publicité et son analyse aux autres participants.

Une fois que tous les groupes ont fini leur présentation, l'animateur leur demande: "Que pouvons-nous retenir de ces analyses?"

Ex de questions à débattre: Quelles sont les ressemblances ou les différences entre les publicités qui représentent un homme ou une femme ? En dehors du message publicitaire, quel est le message sous-jacent s'il y en a un ? ...



L'IMAGE DANS LES MÉDIAS

SÉQUENCE
1/3

L'estime de soi comporte 3 séquences:

L'image dans les médias, l'influence des pairs et l'estime de soi.

3. Existe-t-il d'autres supports dans lesquels l'image du corps de l'homme et de la femme est utilisée? Ex : dans certains clips musicaux

A votre avis, pourquoi utilise-t-on les corps de façon hypersexualisée (attire le regard, donne envie, représentation de la beauté, envie de ressembler, de s'identifier aux person-nages...)

Cette étape permet d'ouvrir le débat autour de l'utilité, instrumentalisation commerciale de l'image, de l'idéal du corps véhiculé par certaines publicités (panneaux publicitaires, télévisés..).

Il est important que les jeunes prennent conscience que les corps sont utilisés à des fins marketings, qu'ils sont mis en scène dans des situations artificielles et relooker pour être plus attractifs même si le produit vendu n'a aucun lien avec la personne mise en avant.

Pour information, la loi impose maintenant qu'une indication existe lorsque l'image est retouchée.

Pour conclure, proposer la publicité faire par la marque de cosmétique Dove

ÉTAPE 03



OBJECTIFS

- > Développer l'esprit critique des jeunes sur les images ou les publicités pour vivre des relations amoureuses saines et basées sur le respect
- > Informer de l'existence d'images à caractère pornographique et prévenir des conséquences possibles



CONSIGNES

En fonction des réponses du groupe :

Cette étape permet :

- > d'aborder l'influence sur les comportements (excitation, envie de reproduire...) que peuvent provoquer de telles images. Il est alors important de rappeler la notion de consentement et de communication dans une relation amoureuse.
- > d'aborder la notion de traumatisme possible en lien avec des images qui peuvent revenir en boucle dans la tête des jeunes et engendrer de la peur, un traumatisme et un évitement des relations amoureuses.
- > de savoir à qui s'adresser, où trouver de l'aide quand des images ou des films pornographiques ont provoqué un choc ou un traumatisme (parent, éducateur, infirmière, psychologue, médecin...).



QUESTIONS

Selon vous :

- Avez-vous déjà vu des images à caractère sexuel en naviguant sur internet ou en regardant la tv ?

MESSAGE CLÉ

L'hygiène de vie c'est prendre soin de soi ! Une attention tout au long de la vie



L'IMAGE DANS LES MÉDIAS

SÉQUENCE
1/3

L'estime de soi comporte 3 séquences:

L'image dans les médias, l'influence des pairs et l'estime de soi.

- › Quand et où peut-on être amené à voir des images ou des publicités à caractère pornographiques ?» (pub "flash" ou suggestion de vidéos) comment réagissez-vous quand une publicité comme celle-ci apparaît? (surprise, dégoût, colère, curiosité, envie de cliquer dessus, supprimer, rire... ou choquer).
- › Est-ce qu'il y a des risques à utiliser les réseaux sociaux ou les sites de vidéos comme youtube? Lesquels ?
- › Qu'est-ce que peuvent provoquer ces images ?
- › A qui pouvez-vous en parler ?
- › Est-ce que le fait de visionner des images ou des films pornographiques peut avoir un impact sur la vie amoureuse actuelle ou future ? qu'en pensez-vous?

FIN DE SÉANCE

RETOUR AU CALME

Annoncer la fin de la séance.



QUESTIONS

Demander aux participants de résumer en quelques mots ce qu'ils ont retenu de la séance.



CONSIGNE

Les remercier de leur participation.



L'IMAGE DANS LES MÉDIAS

SÉQUENCE
1/3

L'estime de soi comporte 3 séquences:

L'image dans les médias, l'influence des pairs et l'estime de soi.

NOTIONS CLÉS À ABORDER

Image des hommes et des femmes dans les médias :

Représentation de la femme en lien avec des objets ménagers, potiches, enfant versus tentatrice, prostituée, mannequin, objet de désir.

Représentation de l'homme papa poule, macho, actif, luxe...

Image idéale, valorisation par la photo retouchée.

La pornographie :

La définition de la pornographie est la suivante : Représentation explicite, non simulée, d'actes sexuels dans le but de susciter de l'excitation sexuelle.

La sexualité des enfants n'est pas la même que la sexualité des adultes.

La vision d'image ou de films pornographiques peut heurter la sensibilité et entraîner un traumatisme chez certains enfants ou adolescents.

Ces images peuvent avoir des répercussions sur la sexualité et engendrer de fausses croyances sur les relations amoureuses. La sexualité qui y est présentée est une sexualité sans échange et sans respect de l'autre. D'autre part, elle est fondée sur des pratiques dont l'enfant va penser qu'elles sont les seules possibles. La violence interne de ces images pornographiques véhicule la réduction de la personne humaine en objet de jouissance, de consommation.

Le tout accès au web via les smartphones, outil de communication privilégié des ados (disponible tout le temps, facile à surveiller, forfaits illimités) les amène à tomber (accidentellement ou pas) sur des sites à caractère pornographique, nombreux sur les web.

Si ces images sont consommées massivement pour certains, il est évident que cela aura un impact perceptible sur la vie sexuelle future, mais aussi affective et relationnelle.

Que dit la loi ? Protéger les mineurs de certaines images choquantes ou perturbantes en fonction de sa maturité et âge. Fabriquer et diffuser un message à caractère pornographique est puni par la Loi (envoi de photo de son sexe à un ami, diffusion de sextape...)

Le rôle des adultes est de prévenir les enfants et adolescents de l'existence de ces images, et de la nécessité d'en parler, sans culpabilité, s'il en voit. Mais un enfant ne pourra le faire que s'il sait que la sexualité est un sujet dont il peut parler avec les adultes. En matière de pornographie, la prévention passe aujourd'hui, plus que jamais, par l'information des enfants.