



Un guide d'entretien pour prendre en compte l'influence des écrans dans le cadre des missions des professionnels de la médiation familiale

Par l'association Fréquence écoles – Novembre 2012

Ce guide donnera des clefs aux professionnels pour réguler la consommation des écrans et mettre à distance l'influence des médias sur le comportement des enfants et des adolescents en ce qui concerne l'alimentation, l'estime de soi et le rapport aux autres.

→ Contenu

- ✦ Une note concernant la posture du professionnel face aux difficultés éducatives nées de la relation enfant-ados-écrans.
- ✦ Des questions à poser aux parents pour entamer la conversation.
- ✦ Des éléments de réponse à communiquer à cette occasion pour permettre aux parents de construire leur propre stratégie .

À quoi faut-il faire attention lorsque l'on accompagne des parents sur la place des écrans dans la vie de leurs enfants :

1. → Parler de consommation médiatique des enfants renvoie forcément à celle des parents ainsi qu'à la sienne. C'est forcément violent.
2. → Rappeler que les parents ont le pouvoir : ils doivent fixer des règles, les leurs...
3. → On ne peut pas mettre les enfants à l'abri des médias et des influences ; il s'agit donc de les rendre plus forts et plus libres dans notre société de l'information.
4. → Les médias sont devenus un espace de socialisation à part entière et influencent positivement comme négativement les comportements des enfants et des adolescents au même titre que l'école et la famille.
5. → Si l'on souhaite donner la possibilité à chaque jeune de se construire librement, malgré la violence et la sexualisation des images, l'influence des publicités alimentaires, la pression des stéréotypes, il faut permettre à tous les éducateurs – des professionnels aux parents – de développer l'esprit critique des enfants et des adolescents mais aussi de leur parent.

En ce qui concerne l'influence des écrans sur l'alimentation des enfants



Comment aborder le sujet :

- Est-ce que vos enfants choisissent le contenu du caddy ?
- Les enfants font-ils référence aux publicités alimentaires dans leurs envies ?
- Faites-vous un lien entre les publicités qu'ils consomment et leur pulsion alimentaire ?

Ce que l'on peut dire du lien entre la consommation médiatique et l'hygiène alimentaire :

Les médias influencent notre alimentation et la publicité alimentaire en est l'instrument principal.

Pour la moitié des parents résister aux demandes des enfants, dans les magasins est très difficile -. Ils consomment des programmes très identifiés – les dessins animés essentiellement – et les publicités alimentaires ont une

place importante dans ce type de programme.

Avec un spot de pub, on peut aisément laisser penser à un enfant ou à un adolescent que tel ou tel produit va le rendre plus fort, va lui donner des pouvoirs ou bien faciliter sa relation aux autres.

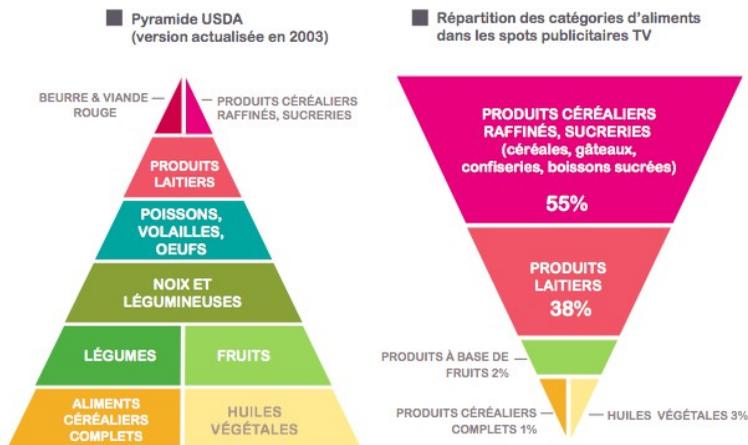
Une étude menée en 2006, par UFC Que Choisir, permettait de mesurer l'impact indéniable de la publicité, confirmé par les déclarations des parents, par la bonne connaissance que les enfants ont en moyenne des spots, par l'envie de consommer les produits que ces spots donnent aux enfants et enfin par la préférence systématique donnée aux produits mis en avant dans les publicités.

Publicité et qualité de l'alimentation

Les publicités diffusées valorisent des produits particulièrement gras et sucré qui contribuent à construire l'idéal alimentaire des enfants. Un idéal en complète contradiction avec les recommandations des nutritionnistes.

LA PYRAMIDE ALIMENTAIRE DE L'USDA

La pyramide alimentaire, est une représentation schématique pour une alimentation équilibrée : à la base se trouvent les aliments dont la consommation est recommandée, les catégories les moins intéressantes du point de vue nutritionnel, à consommer modérément, étant placées vers le haut.



Enfin, toutes les familles ne sont pas logées à la même enseigne. C'est dans les familles les plus populaires – celles qui d'ailleurs, regardent le plus la télévision – qu'il y a plus de produits sucrés et gras dans les placards et dans les réfrigérateurs.

Comment aider les parents à agir ?

→ Action régulatrice :

- Eviter l'exposition des enfants à la publicité
- Contrer la volonté des annonceurs de transformer les enfants en consommateurs (rappeler que les parents sont les acheteurs)

→ Action éducative :

- Inciter les enfants à faire le tri entre désir, besoin et sensation.

Avant :

Est-ce que tu as vraiment faim ? Ne crois-tu pas que ces images t'ont donné envie ? Quel effet penses-tu que ce produit va avoir sur toi ?

Après :

Est-ce que tu as trouvé que c'était bon ? Est-ce que c'est ce que tu imaginais ? Est-ce ça correspond à la promesse de la publicité ?

- Stimuler le goût des enfants : comparer des saveurs, regarder les ingrédients, cuisiner avec eux
- Expliquer le rôle de la publicité

Pour vendre les entreprises qui fabriquent des produits alimentaires ont besoin de convaincre les consommateurs de les acheter. Pour cela, elles vont essayer de créer du désir en diffusant de la publicité grâce aux médias. Les médias font payer aux entreprises du temps d'antenne disponible et vivent bien souvent de ces revenus.

La conséquence est double pour les téléspectateurs – consommateurs :

- l'individu est exposé à des messages qui ne servent pas ses intérêts en termes de santé, de situation économique, d'épanouissement personnel...
- les annonceurs utilisent les médias pour vendre et il est difficile de réguler leur emprise car ils sont aussi des employeurs, des influenceurs, des piliers de l'économie Française et mondiale...

En ce qui concerne l'influence des écrans en terme d'estime et de construction des enfants et des adolescents



Comment aborder le sujet :

- Est ce que vos enfants comparent leur vie à celle des personnages de séries ou d'émission de télé-réalité ?
- Est ce que vos enfants sont « fans » d'une personnalité et l'estime au plus haut point ?
- Avez vous parfois l'impression que vos ados copient les vêtements ou les attitudes de personnages médiatiques ? Acteurs ou actrices par exemple ?
- Est ce que vos enfants sont particulièrement complexés par leur poids, leur taille ?

Ce que l'on peut dire du lien entre la consommation médiatique et l'estime de soi :

Les médias proposent en permanence des modèles dont les enfants et les adolescents s'inspirent pour construire leur identité et leur sociabilité. Ainsi, les dessins animés, les séries, les clips et les publicités suggèrent des idéaux auxquels les jeunes vont tenter de se conformer pour se sentir intégrés, voire populaires. Ainsi les adolescents vont fonctionner par essai-erreur, s'inspirant de ces icônes médiatiques puis testant tour à tour, des comportements repérés à la TV, dans les clips ou dans une série...

Ces modèles exercent une pression d'autant plus forte qu'ils sont ancrés dans une culture largement diffusée et partagée par les jeunes. C'est encore plus difficile pour les adolescents quand ils ont le sentiment d'être trop éloignés de leurs modèles. L'influence médiatique peut générer une sorte de rupture entre ce que les ados sont vraiment et ce qu'ils souhaiteraient être...

Les gros : victimes des médias

En consommant des séries, des clips, des films, des pubs mais aussi la presse magazine ; les adolescents – en particulier les filles – sont confrontés au diktat de la minceur. Une norme à laquelle il est devenu difficile de résister. Plus encore, les personnes en surpoids sont victimes d'une agression médiatique. De nombreuses émissions de télévision renvoient à la perte de poids, forcément spectaculaire. *Avant, j'étais Gros* sur MTV est une des émissions emblématiques du genre et raconte le parcours difficile de jeunes obèses dans leur bataille contre les kilos. Dans ces émissions, le corps doit être soumis et l'obèse est renvoyé à sa lâcheté, son irresponsabilité, à son absence de volonté, à son incapacité à contrôler sa vie.

Cette norme médiatique de la minceur et de la volonté peut générer du doute, de la perte d'estime, de la défiance vis à vis de son corps et des troubles alimentaires faisant du régime un exercice de conformation à la norme.

Mais les normes médiatiques restent violentes pour tous comme pour certains jeunes gens studieux, par exemple, incarnés dans les médias par les « intellos », les « geek », les « boutonneux », déconnectés des tendances vestimentaires et des comportements forgeant la popularité des adolescents.

Comment aider les parents à agir ?

→ Action régulatrice :

- Accompagner les adolescents dans leur consommation médiatique et tenter de freiner leur ardeur à ressembler à des icônes

→ Action éducative :

- Inciter les jeunes à comprendre le processus de fabrication des images au moment où il manifeste un engouement qui semble exagéré autour d'une photo, d'une « star » des médias avec les questions suivantes :

Cette image est-elle retouchée selon toi ? Beaucoup ? Qui l'a prise ? Dans quel cadre ? Pourquoi faire ?

- Montrer que l'utilisation de ces représentations médiatiques met à mal l'estime.

Pour réussir à mettre à distance ces modèles, il faut alors bien saisir que ces personnages médiatiques sont issus d'un processus de fabrication. Il faut alors rappeler en permanence :

- La différence entre fiction et réalité à l'heure où avec les nombreux programmes de TV-réalité ; les frontières sont particulièrement minces. Les individus mis en scène dans ces séries sont choisis et rémunérés comme des acteurs pour leurs caractéristiques physiques et le jeu qu'ils entretiennent autour de leur personnalité.
- Les images consommées sont « scénarisées ». Il s'agit avant tout d'un processus de communication, de construction d'images et de stratégie commerciale.
- Les jeunes actrices choisies ont atteint ce niveau de contrôle après des années de travail, de préparation mais aussi de renoncement pour pouvoir accéder en haut de l'affiche. Elles sont finalement des produits du système médiatique.

En ce qui concerne l'influence des écrans et la violence chez les jeunes



Comment aborder le sujet :

- Est ce que vos enfants sont particulièrement violents avec leurs frères, sœurs, camarades ?
- Est ce qu'ils cherchent à se battre ou à rejouer des scènes de violence qu'ils ont pu voir dans des dessins animés, des films ou des reportages ?
- Est ce que vos adolescents évoquent avec vous leurs relations amoureuses ? Sont-ils particulièrement perturbés par ce que renvoient la TV réalité – en particulier – des relations entre hommes et femmes ?

Ce que l'on peut dire du lien entre la consommation médiatique et les relations affectives des jeunes :

À tout âge, les parents sont susceptibles de s'inquiéter de l'influence des médias sur le comportement relationnel de leurs enfants.

La violence des médias et les comportements violents

La violence dans les médias est souvent facilement identifiée par les parents lorsqu'il s'agit de jeux vidéo ou de films à effets spéciaux, plus difficilement lorsqu'il est question du journal télévisé ou de scènes psychologiquement douloureuses pour l'enfant (exclusion, abandon etc...)

En fait, il est impossible de généraliser l'impact des images violentes sur les enfants et les adolescents. Par ailleurs, les images qui font violence ne sont pas forcément celles qui sont violentes. Une situation semblant anodine à quelqu'un peut provoquer de vives émotions chez quelqu'un d'autre.

L'impact de la violence des jeux dépend aussi de l'environnement d'un enfant ou d'un adolescent. Si à la maison ou à l'école, la violence est présente ; les enfants et les adolescents seront plus sensibles aux images de violence en la banalisant et en la rendant ordinaire.

Des modèles renforcés ou contredits

L'important réside dans la manière dont les modèles proposés par les médias peuvent se trouver renforcés ou contredits dans l'environnement du jeune. Ainsi, même si ces modèles sont testés un jour, si cette nouvelle attitude ne fonctionne pas au sein du cadre familial, l'adolescent changera de modèle. Il ne retiendra que l'attitude qui renforce sa position au sein d'un groupe social.

Comment aider les parents à agir ?

→ Action régulatrice :

- Être présent le plus possible lorsque votre enfant regarde la télévision, cela le rassurera s'il est confronté à des images, des scènes, des situations qui lui font violence.
- Pour les plus petits, ne pas hésiter à leur montrer des films, des dessins animés qu'ils ont déjà vu si vous ne pouvez pas être constamment à leurs côtés.
- Ne jamais censurer sans parole des images violentes, sexuelles et/ou pornographiques. Expliquer votre gêne est une façon d'autoriser vos enfants à éprouver eux-même de la gêne.

→ Action éducative :

- La seule manière de connaître ce qu'éprouve un enfant ou un adolescent : c'est de le lui demander. Instaurez un dialogue autour de sa pratique médiatique et questionnez-le sur les émotions qu'il ressent.
- Rappeler à vos enfants, la différence entre fiction et réalité et les stratégies de mise en scène à l'oeuvre dans les médias : casting des acteurs et des participants aux émissions de divertissement, montage et scénario, modification technique des images.
- Rappeler vos positions éducatives vis à vis des comportements violents en opposition à une valorisation médiatique de la violence.