

ET TOI,
T'EN PENSES
QUOI?



DÉCODER LES MÉDIAS

Les médias occupent une place importante dans la vie des jeunes. La télévision, internet, la musique, les jeux vidéo, les magazines,... influencent la perception du monde, des autres et de soi-même, et ce, dès le plus jeune âge. C'est pourquoi il est important d'aborder ce sujet afin d'éveiller le regard critique sur les médias.

A travers le décodage des médias, diverses notions telles que l'image corporelle, la représentation des sexes, la consommation, la violence, la cyberintimidation, la publicité et le marketing, la vie privée, le respect, la propriété intellectuelle peuvent être explorées.

! *Cette thématique est transversale à l'ensemble des thèmes traités par l'outil « Et toi, t'en penses quoi ? ». La partie « décoder les médias » ne contient pas de phrases de débat en soi car celles-ci sont présentes dans chacune des thématiques (au moins une phrase par thématique). Dans cette partie, vous trouverez quelques concepts théoriques mais surtout toute une série de références pour vous permettre d'aller plus loin.*

OBJECTIFS

DÉFINITION DES OBJECTIFS

Cette thématique est transversale à toutes les thématiques. Les objectifs à privilégier lorsque vous menez une animation sur ce sujet avec les jeunes sont :

- Amener le jeune à prendre conscience de son exposition permanente aux différents médias.
- Favoriser l'esprit critique du jeune par rapport aux messages véhiculés par les médias, à leur influence sur son comportement et sur sa vision des choses.

THÉORIE

DÉCODER LES MÉDIAS ?

Décoder les médias mobilise des compétences analytiques (observer, interpréter, prendre du recul) et des compétences critiques (l'esprit critique). Dans un univers dominé par les médias, il est primordial de comprendre et apprécier les messages véhiculés. Tant le message en lui-même que le média (le support et le langage qui lui est propre) utilisé pour le diffuser sont porteurs de normes et de codes. Ceux-ci ont une influence sur nos représentations (du monde, de l'autre, et de soi-même). Apprendre à décoder les procédures de « manipulation » (parfois inconsciente), se forger une opinion personnelle, affirmer ses goûts, utiliser les codes médiatiques pour pouvoir s'exprimer librement (tout en respectant des règles de communication et d'éthique), c'est apprendre à être un consommateur et un acteur des médias critique et actif.

Depuis peu, notamment avec l'évolution de l'internet 2.0 (c'est-à-dire l'internet interactif, celui des blogs et des réseaux sociaux), on constate une « fracture technologique » dans notre société concernant la transmission des savoirs. La génération des adultes ne détient plus forcément le monopole du savoir, notamment pour le savoir « technologique », les jeunes s'adaptent plus rapidement et maîtrisent mieux les nouvelles technologies que leurs parents, leurs professeurs,...

En tant qu'animateur, il est judicieux de se poser la question : quelles compétences l'adolescent a-t-il développé en ce qui concerne l'approche des médias et l'utilisation de ceux-ci ? Etant donné cette « fracture technologique », l'approche que les jeunes ont de certaines technologies est différente de celle de l'animateur, et les adolescents peuvent déjà avoir intégré toute une série de concepts que l'animateur ne soupçonne pas forcément. Par exemple, HabiloMédias (portail québécois d'éducation aux médias) a mené une enquête auprès des jeunes canadiens, qui révèle que ces derniers ne considèrent désormais plus internet comme un espace privé mais comme un espace contrôlé et surveillé. Pour eux, la surveillance fait partie de tous les jours.

L'INFLUENCE DES MÉDIAS : LA PUBLICITÉ ET LE MARKETING

Aujourd'hui, la publicité est partout, elle a envahi l'espace public (affiches, spots télévisés, banniers sur internet, marques ostentatoires sur les vêtements...), et parfois même sans que l'on s'en rende compte (placement de produits dans les films et les séries, marketing croisé...). Le marketing trouve constamment de nouveaux procédés et use sans relâche de « recettes » qui ont fait, et font encore, leurs preuves. L'influence par les pairs en est une

particulièrement efficace avec les adolescents.

La « culture jeune » est conditionnée et revendue sous forme de produits. D'ailleurs, on est en mesure de se demander : les médias reflètent-ils les adolescents ou les adolescents sont-ils le fruit d'une culture médiatique ?

L'IMAGE DU CORPS

Le corps de l'adolescent se transforme, subit toutes sortes de modifications qu'il est parfois difficile d'accepter pour le jeune. En même temps, l'adolescence est un moment clé pour le développement de l'estime de soi. C'est aussi une période où le stress et l'insécurité liée au pouvoir de séduction peuvent augmenter.

Parallèlement à cela, on est bombardés d'images qui véhiculent des canons de beauté, de minceur,... via les publicités, les personnages de séries, les images dans les magazines, etc. Des standards qui ne sont parfois même pas réalistes (proportions du corps aberrantes, bassin et hanches des femmes rabotés, dents fluorescentes tant elles sont artificiellement blanchies...). Actuellement, tout le monde ou presque, a accès à des programmes de modifications des images (des programmes informatiques sophistiqués... mais aussi via les smartphones et les ordinateurs plus basiques).

Apprendre à décoder les médias prend ici tout son sens. En effet, plusieurs études tendent à démontrer que les jeunes qui acquièrent des compétences dans le décodage des médias et des stratégies marketing apprennent à mieux s'accepter et à réduire les effets de ces représentations sur l'estime qu'ils ont d'eux-mêmes.

LA REPRÉSENTATION DES AUTRES

Les médias véhiculent également toutes sortes de normes sur les autres et sur la relation à l'autre. Que ce soit sur le couple, sur la rencontre amoureuse, sur la relation avec ses amis, sur les relations sexuelles,...

Par exemple, le magazine Rolling Stone s'est amusé, il y a quelques années, à résumer l'image véhiculée sur les jeunes dans les feuillets pour adolescents. Voici ce qu'il en ressortait :

- Ils sont sexy

- Ils sont tous de race blanche
- Ils ne semblent pas avoir de parents
- Ils n'ont pas besoin d'aller à l'école
- Ils trouvent l'école secondaire assommante
- Ils vivent dans un monde qui ne ressemble en rien à la réalité

Et vous-même, que percevez-vous aujourd'hui ? Quelle image donne-t-on des jeunes dans les médias ? Et pourquoi ? Quelles peuvent en être les conséquences ? ...

Il est aussi intéressant d'être vigilant sur la représentation d'autres groupes sociaux, culturels, ethniques, religieux,... dans les médias : quel est le traitement qu'on leur réserve dans un journal parlé, dans une série, au cinéma... ? Quel langage ou champs lexicaux utilise-t-on ? Mais aussi, quelles sont les minorités qu'on ne montre pas ? Toutes sortes de questions pour apprendre à affûter son regard et son analyse.

UNE CO-CONSTRUCTION

Pour conclure ce survol très bref de certains thèmes phares de l'éducation aux médias, il est important de rappeler que nous ne sommes pas uniquement des « victimes » de la manipulation des médias, il s'agit à vrai dire d'un processus de co-construction : comme nous l'avons dit, les médias nous construisent (ils ont une influence (variable), ils véhiculent des codes et des valeurs...). Et d'autre part, nous construisons les médias (nous les alimentons, nous les orientons, nous les légitimons...). C'est d'autant plus vrai depuis l'évolution du web 2.0 grâce auquel chacun peut s'exprimer librement (du moins en théorie : dans nos démocraties, et dans certaines limites tout de même...) sur le sujet de son choix. Dans cette optique-là, on peut considérer les médias comme des garants et des régulateurs de la démocratie (lieux de débats, de manifestation de la liberté d'expression et d'information, pluralisme de l'information, etc.).

NOTIONS DE BASE ET QUESTIONS POUR L'ANIMATION

Toutes les thématiques de « **Et toi, t'en penses quoi ?** » abordent à un moment ou l'autre l'influence des médias. L'objectif sera alors d'amener le jeune à prendre du recul et adopter un regard critique pour qu'il se fasse sa propre opinion.

VOICI QUELQUES NOTIONS DE BASE QU'IL EST INTÉRESSANT DE RAPPELER AU COURS DE VOTRE

ANIMATION, LORSQUE LA THÉMATIQUE « DÉCODER LES MÉDIAS » ÉMERGE :

- Les médias re-présentent la réalité, ils transmettent des valeurs sociales et idéologiques.
- Les médias véhiculent des normes.
- Le public décode et interprète les messages, chacun a une interprétation personnelle d'un message en fonction de son éducation, son vécu, son identité culturelle, des codes en vigueur...
- Chaque média possède une forme, une esthétique et un code qui lui sont propres.
- Les médias répondent à des impératifs commerciaux (ce sont des produits qui sont placés sur le marché économique mondial).

EXEMPLES DE QUESTIONS UTILES À RENVOYER AUX JEUNES LORSQUE LES JEUNES ABORDENT CES NOTIONS :

- Qui communique le message ? Et dans quel intérêt ?
- Que dit-on ou montre-t-on ? Qu'est ce qui est mis en avant ? Et que ne dit-on pas ou ne montre-t-on pas ? Oriente-t-on le regard ? De quelle manière ?
- Pourquoi utilise-t-on ce média pour ce message plutôt qu'un autre support médiatique ?
- Comment des publics différents peuvent-ils interpréter le message ?
- Le contenu du message reflète-t-il des croyances ?
- Quelles sont les techniques utilisées pour attirer l'attention sur ce message ?

RESSOURCES POUR ALLER PLUS LOIN

www.enseignement.be (portail de l'enseignement francophone belge)

www.habilomedias.ca (portail québécois)

www.cleml.org (portail français)

Ces portails regroupent un grand nombre de notions théoriques et de propositions de leçons, cours et animations autour de l'éducation aux médias.

Le dossier « [Les publicitaires savent pourquoi](#) » de Média Animation asbl

