

# L'image corporelle : Influence des médias



Alberta Education, Santé et préparation pour la vie,  
Programmes d'études, Résultats d'apprentissage

L'élève pourra:

- B-7.2 examiner les aspects de la propreté et des soins personnels et évaluer les incidences de la publicité relative aux soins personnels et aux produits de beauté sur les choix et les habitudes en matière de soins personnels;
- B-7.4 analyser les méthodes et les messages utilisés par les médias pour promouvoir certaines images corporelles et certains choix de modes de vie;
- R-7.1 analyser en quoi les modèles de pensée influencent les sentiments; ex. : la pensée positive, l'inflexibilité, la généralisation excessive, le perfectionnisme.

## Contexte pour l'enseignant

L'image corporelle reste un sujet qui préoccupe les élèves du secondaire 1<sup>er</sup> cycle tandis qu'ils essaient de définir et de découvrir qui ils sont. Or, chaque jour, les jeunes sont bombardés de messages dans les médias qui influencent ce processus de façon positive ou négative selon différents facteurs. Les aider à s'y retrouver dans tout cela est une tâche importante.

Les activités de cette leçon sont conçues pour amener les élèves à examiner les publicités trouvées dans les médias en portant un regard plus critique sur ce qu'ils voient, de sorte à être moins susceptibles d'intérioriser les messages nuisibles que ces publicités peuvent véhiculer. Chaque enseignant mène le cours au rythme qu'il considère comme opportun, et s'il y a un concept particulier à renforcer, cette leçon peut servir de support pour en approfondir la discussion.

Cette leçon est tirée en partie de la trousse « Body Image » conçue pour les élèves de la 7<sup>e</sup> à la 9<sup>e</sup> année. Cette trousse comporte d'autres activités que vous pouvez utiliser en classe pour approfondir davantage ce sujet. Pour obtenir plus de renseignements sur la trousse « Body Image », consultez les références citées à la fin de cette leçon.

## Objectifs

Grâce à des activités de groupe, les participants :

- Décriront et analyseront une gamme de techniques publicitaires
- Discuteront des effets des messages médiatiques sur l'image corporelle
- Élaboreront des stratégies pour neutraliser l'incidence des messages médiatiques

## Matériel nécessaire

- Publicités diverses trouvées par les élèves dans différentes sources
- Fiche d'activité Les intentions des médias
- Document « Les méthodes publicitaires : des définitions pour les décoder »
- Document « Des stratégies pour développer son sens critique face aux médias »
- Document « Règles de base »

### Préparation

- Avant d'entamer cette leçon, demandez aux élèves de trouver des publicités en lien avec l'image corporelle et tirées de différentes sources.
- Présentez la leçon du jour en disant, par exemple : « Les agents de publicité ont créé une industrie de plusieurs milliards de dollars pour convaincre les consommateurs qu'ils ont besoin d'acheter leurs produits. Dans cette leçon, nous allons examiner les différentes méthodes publicitaires qui sont employées. »
- L'image corporelle est un sujet sensible pour beaucoup de personnes. Il est donc très important de respecter les émotions et les sentiments qui peuvent se manifester. Passez en revue avec les élèves la fiche « Règles de base ».

### Activité : Les intentions des médias

- Divisez la classe en petits groupes d'élèves.
- Distribuez à chaque groupe une ou deux publicités et une copie de la fiche d'activité « Les intentions des médias ».
- Demandez aux groupes de décoder la publicité en répondant aux questions qui se trouvent sur la fiche d'activité (si le temps le permet, ils peuvent analyser les deux).
- Ensuite, demandez à chaque groupe de présenter sa publicité au reste de la classe.
- À mesure que les groupes présentent leur publicité, les élèves doivent remplir l'annexe « définition » afin de reconnaître les méthodes publicitaires employées.

*Remarque à l'intention de l'enseignant : il n'y a pas de corrigé formel pour les fiches de définition, l'objectif étant que les élèves définissent eux-mêmes les techniques employées. De cette manière, ils seront plus à même de désamorcer l'impact des messages médiatiques qu'ils reçoivent.*

### Discussion

- Ces publicités peuvent-elles avoir une influence sur notre image corporelle? Si oui, de quelle manière?
- En groupe, cherchez des stratégies pour développer le sens critique des élèves au sujet des médias (référez-vous au document « Des stratégies pour utiliser les médias de façon critique »).

## Vidéos (activité facultative)

- Vous pouvez faire visionner aux élèves l'un des extraits vidéos fournis parmi les options de diffusion vidéo de votre autorité scolaire pour appuyer cette leçon.

## Conclusion

Nous nous sommes servis de publicités de magazines et d'autres sources pour examiner ce qui motive l'industrie de la publicité à créer ses messages et l'effet des médias sur l'image corporelle. Maintenant, chacun dispose de stratégies qui lui permettront de mieux comprendre ce qui se cache derrière ces messages, et donc, d'y résister de manière plus efficace.

## Activité à faire à la maison

Les élèves doivent choisir une publicité qui, selon eux, a une influence particulièrement nuisible ou positive sur leur propre image corporelle. Demandez-leur de rechercher l'adresse de l'entreprise qui a fait produire cette publicité et d'envoyer une lettre (de plainte ou de félicitations, selon le cas) pour exprimer leur point de vue sur la publicité. Si les élèves reçoivent des réponses, invitez-les à les apporter à l'école et à les lire au reste de la classe

## Stratégies d'évaluation

- Les élèves décrivent et analysent une gamme de techniques publicitaires.
- Les élèves discutent des effets des messages médiatiques sur l'image corporelle.
- Les élèves élaborent des stratégies pour neutraliser les effets des messages médiatiques.

## Référence

Cette leçon est tirée de la trousse « Body Image » pour les élèves de la 7<sup>e</sup> à la 9<sup>e</sup> année (Alberta Mental Health Board, 2001, en anglais seulement). Cette trousse comporte plusieurs autres activités que vous pouvez utiliser avec vos élèves.

On peut emprunter la trousse « Body Image » (AMHB 2001) à plusieurs organismes différents.

### **Veillez communiquer avec :**

- l'infirmière en santé communautaire de votre école;
- la conseillère pédagogique en santé globale d'Edmonton Public Schools;
- la conseillère pédagogique en bien-être, éducation physique et santé d'Edmonton Catholic Schools;
- la spécialiste en toxicomanie et santé mentale d'Alberta Health Services, zone d'Edmonton.

# Des stratégies pour développer son sens critique au sujet des médias

Les messages transmis par les médias au sujet de l'image corporelle, de la silhouette et du poids affectent notre estime de soi et la façon dont nous percevons notre corps seulement si nous nous laissons faire. Pour protéger notre estime de soi et la façon dont nous percevons notre image corporelle contre certaines définitions restrictives de la beauté proposées par les médias, nous pouvons apprendre à examiner de façon critique les messages dont les médias nous bombardent chaque jour. En arrivant à reconnaître et à analyser les messages qui nous influencent, nous nous rappelons que nous ne sommes pas obligés de laisser les définitions de la beauté et du succès proposées par les médias déterminer notre image de soi ni notre potentiel.



N'oublie pas :

- Toutes les images et tous les messages transmis dans les médias sont des constructions. Ils NE REFLÈTENT PAS la réalité. Les publicités et les autres types de messages médiatiques ont été conçus avec soin dans le but de transmettre un message bien particulier.
- Les publicités sont créées dans un seul but : nous convaincre d'acheter ou de soutenir un produit, un service ou une cause donnés.
- Pour te convaincre d'acheter un produit ou un service, la publicité crée souvent des expériences sentimentales qui ressemblent à la réalité. N'oublie pas que nous ne voyons que ce que les agents de publicité veulent nous montrer.
- Les agents de publicité créent leur message d'après leurs impressions de ce que tu veux voir, de ce qui aura un effet sur toi et de ce qui te poussera à acheter leur produit ou à utiliser leur service. Mais même si, selon les agents de publicité, cette méthode va fonctionner chez les personnes comme toi, rien ne t'oblige à te laisser influencer.
- Chacun est libre de choisir sa propre manière de réagir aux messages médiatiques qu'il reçoit. Tu peux décider d'appliquer d'abord un filtre pour mieux comprendre ce que la publicité veut te faire penser ou croire, et ensuite décider si, oui ou non, tu as envie de le penser ou de le croire. Tu peux choisir un filtre qui protège ton estime de soi et ne déforme pas ton image corporelle.

# Les intentions des médias

- De quel type de produit ou de service ta publicité fait-elle la promotion?

---

---

- Quelle est l'approche utilisée par la publicité pour promouvoir ou vendre ce produit ou ce service? Voici certaines des méthodes employées par les agents de publicité pour attirer les consommateurs :

- |  |  |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> Le charme   | <input type="checkbox"/> Le style « maison » ou traditionnel                         |
| <input type="checkbox"/> L'approche « Faites comme les autres : tout le monde en a un! »                           | <input type="checkbox"/> L'argument « Nous faisons plus ou mieux que les autres. »   |
| <input type="checkbox"/> La promesse d'offrir la meilleure qualité sur le marché                                   | <input type="checkbox"/> La prétention au meilleur rapport qualité-prix              |
| <input type="checkbox"/> Les incitatifs sous forme de plans de financement ou de paiements en plusieurs versements | <input type="checkbox"/> La présentation du produit comme ayant été revu et amélioré |
| <input type="checkbox"/> La publicité négative   | <input type="checkbox"/> La puissance de la grande marque ou du logo connu           |
| <input type="checkbox"/> La représentation par une célébrité   | <input type="checkbox"/> L'appel à la santé et à la sécurité                         |

- Observe la publicité que tu as apportée en classe. Quel est le message transmis au consommateur par cette publicité?

---

---

- Comment définirais-tu ou décrirais-tu cette méthode publicitaire?

---

---

- Penses-tu que l'emploi de cette méthode a permis de créer une publicité efficace pour le produit ou le service en question? Explique pourquoi.

---

---

- Est-ce que cette publicité (ou une partie de celle-ci) pourrait influencer sur l'image corporelle des gens? Si oui, comment? (Tu pourrais examiner, par exemple, le produit en lui-même, les mannequins qui le vendent, la manière dont il est présenté, etc.)

---

---

# Les méthodes publicitaires : des définitions pour les décoder

Explique ta compréhension des méthodes publicitaires ci-dessous :

1. La prétention au meilleur rapport qualité-prix
2. La représentation par une célébrité
3. Les incitatifs sous forme de plans de financement ou de paiements en plusieurs versements
4. L'appel à la santé et à la sécurité
5. La promesse d'offrir la meilleure qualité sur le marché
6. Le style « maison » ou traditionnel
7. L'approche « Faites comme les autres : tout le monde en a un! »
8. La puissance de la grande marque ou du logo connu
9. La publicité négative
10. La présentation du produit comme ayant été revu et amélioré
11. Le charme
12. L'argument « Nous faisons plus ou mieux que les autres. »



## Règles de base

