



LE CORPS

Face aux écrans, les adolescents – en particulier les filles – sont confrontés au diktat de la minceur. Les personnes en surpoids sont en effet victimes d'une agression médiatique. De nombreuses émissions de télévision renvoient à la perte de poids. À la télévision, le corps doit être soumis et les personnes obèses sont renvoyés à leur lâcheté, leur irresponsabilité, à leur absence de volonté et à leur incapacité à contrôler leur vie.

Cette norme médiatique de la minceur peut générer du doute, de la perte d'estime, de la défiance vis à vis de son corps et parfois des troubles alimentaires.



LA VIOLENCE

La violence médiatique est une des plus grandes inquiétudes parentales. Relativement omniprésente, des séries télévisées aux jeux vidéos, cette violence des écrans permet aux jeunes de vivre quelques sensations fortes.

En fait, l'impact des images violentes sur les jeunes est impossible à mesurer. 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 une autre personne.



LE TEMPS

Le temps passé devant les écrans est important mais finalement il évolue avec l'âge des enfants. Nombreux sont ceux qui, devenus adolescents, délaissent la télévision au profit d'Internet pour y exercer parfois la même activité – regarder des séries, par exemple – mais en s'affranchissant de la grille des programmes. Ils individualisent ainsi leur consommation médiatique. Bien souvent, pour les parents, le temps des écrans est un temps perdu. Ils préféreraient voir la jeunesse et l'énergie mise à profit autrement.

Pourtant, les médias sont la pratique culturelle des français la plus partagée et aujourd'hui, ils nous permettent de nous construire, d'apprendre et de nous détendre...



LE PORTE-MONNAIE

Les médias sont des entreprises comme les autres. Leur modèle de développement est commercial et la publicité est bien souvent une de leurs principales sources de revenus. Il existe toujours une offre médiatique ciblant les jeunes. Très influençables, ils constituent un marché de choix pour les annonceurs.

Enfin, certains médias gratuits – jeux vidéos, Google, Facebook – cachent leur modèle économique derrière la gratuité faisant oublier aux jeunes, le commerce des données personnelles confiées à ces services.



LA SEXUALITÉ ET LES RELATIONS AMOUREUSES

La sexualité est omniprésente dans les médias et elle est un des principaux leviers des programmes pour adolescents. Bien que la pornographie sur Internet soit ce qui semble inquiéter le plus les parents, le nombre de messages sexuels diffusés par la télévision ou le cinéma reste bien plus important.

La représentation de la sexualité crée des normes inquiétantes pour un adolescent : du nombre de fois par semaine, au corps idéal en passant par le nombre de partenaires. La pression médiatique est constante et laisse peu de place pour une construction intime et personnelle.



L'ALIMENTATION

Les publicités diffusées à l'occasion des émissions télévisuelles pour enfants valorisent des produits particulièrement gras et sucrés. Ces spots contribuent à construire l'idéal alimentaire des enfants, contredisant les recommandations des nutritionnistes. Enfin, toutes les familles ne sont pas logées à la même enseigne.

Plus les enfants d'une famille consomment de télévision, plus les placards et les frigo regorgent de produits sucrés et gras.



LE RÉSEAU SOCIAL ET LES AMIS

En pleine construction, les adolescents utilisent les réseaux sociaux afin d'échanger des contenus. Leur exposition volontaire génère parfois stupeur et incompréhension. Pourtant les réseaux sont des espaces d'apprentissage. En mettant à mal leur intimité, les jeunes apprennent à vivre avec les autres, vérifient leur popularité et leur intégration au sein de leur établissement ou auprès de leurs amis. Ils améliorent enfin leur capital social, se créant un réseau propre – parfois déconnecté de leur lieu de vie et de scolarité –.

Cette volonté d'intégration sociale peut parfois rentrer en contradiction avec la construction d'une identité numérique professionnelle par exemple.



NOS ÉCRANS ET LES ENFANTS :

LES GRANDES QUESTIONS ?

AUJOURD'HUI

QUAND ON EST PARENTS,

CE QU'IL FAUT SAVOIR À L'HEURE DES :

ÉCRANS
SMARTPHONES
TABLETTES CONSOLES
ORDINATEURS
TV



RÉPONSES ET

PROPOSITIONS POUR AGIR

AU QUOTIDIEN AVEC SES ENFANTS.



LA SEXUALITÉ ET LES RELATIONS AMOUREUSES

Ne pas censurer sans parole des images sexuelles et/ou pornographiques. Expliquer votre gêne est une façon d'autoriser vos enfants à éprouver eux-même de la gêne. Encourager auprès des jeunes la distinction entre les représentations médiatiques et leur propre désir.

Montrer aux adolescents que l'exploitation de l'excitation sexuelle est importante dans les programmes pour adolescents (la télé-réalité par exemple). Dans la pornographie, les acteurs sont un support d'excitation. Le risque est de reproduire ce fonctionnement avec une personne que l'on rencontre dans la réalité, de ne plus le considérer aussi que comme un objet de son propre plaisir.



LE RÉSEAU SOCIAL ET LES AMIS

Évitez de devenir ami avec vos enfants sur Facebook sinon faites vous discret. C'est un lieu de sociabilité qui leur appartient, où ils sont entre amis. **Voyez les aspects positifs du réseau** : les jeunes grâce au numérique développent leur capital social.

Relativiser. A l'adolescence, les jeunes sont à l'âge de "la fusion amicale". Il est normal pour eux de vouloir rester "connectés" en permanence avec leurs amis.

Faites le point avec eux sur leur identité numérique.

L'idéal est de leur permettre de choisir quelles informations affichées en fonction du contexte.



L'ALIMENTATION

Éviter l'exposition des enfants à la publicité en consommant des programmes en replay ou en DVD par exemple.

Inciter votre enfant à faire le tri entre désir, besoin et sensation en lui posant des questions simples :

- **Avant** : Est-ce que tu as vraiment faim ?

Ne crois-tu pas que ces images t'ont donné envie ?

- **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 et pointer les différences avec l'industrie agroalimentaire.



LE TEMPS

Fixer des règles, des limites des le plus jeune âge. Ils en prendront ainsi l'habitude. **N'installer pas de TV dans la chambre, ni d'ordinateur fixe** et veiller à la circulation des appareils mobiles.

Valoriser les activités médiatiques de vos enfants, découvrez les avec eux. Quand cela les gênera, ils vous le feront sentir.

Un enfant qui passe peu de temps devant les écrans a forcément de nombreuses autres activités extérieures. **Permettez lui de faire d'autres choses intéressantes,** il régulera de lui même sa consommation.



LE CORPS

Valoriser les jeunes, leur corps, leurs attitudes pour qu'ils soient moins tentés par l'idée d'être quelqu'un d'autre. **Inciter les jeunes à comprendre le processus de fabrication des images avec les questions :**

Cette image est elle retouchée selon toi ? Beaucoup ?

Qui l'a prise ? Dans quelle cadre ? Pourquoi faire ?

Rappeler enfin que les jeunes actrices ou acteurs "stars" sont des produits du système médiatique. Un peu comme des athlètes de haut niveau, ils se préparent beaucoup, contrôlent leurs vies en permanence et renoncent à beaucoup pour pouvoir accéder en haut de l'affiche.



LE PORTE-MONNAIE

Rappeler à vos enfants que vous êtes les maîtres du porte-monnaie. Ils ne sont pas encore de véritables consommateurs. **Expliquer le rôle de la publicité** pour les chaînes de télévision par exemple. Formuler le conflit existant entre intérêt général et intérêt économique pour les médias...

Faites en permanence le point avec eux entre désir, besoin et information médiatique. Les médias jouent un rôle très important sur notre

du reçu par rapport à cette situation sous peine d'en vouloir toujours plus. consommation et créent de la frustration. Il est essentiel de prendre



LA VIOLENCE

Être présent le plus possible lorsque votre enfant

regarde la télévision, cela le rassurera en cas d'angoisse, de peur.

Pour les plus petits, laissez les voir plusieurs fois le même dessin animé.

Cela leur permet de gérer leurs émotions. **Rappelez vos positions éducatives**

vis à vis des comportements violents en opposition à une valorisation médiatique de la violence. **Instaurer un dialogue avec vos enfants**

et adolescents autour de ce qu'ils regardent.

Donner de la place à ce loisir dans vos échanges.

Rappeler à vos enfants, la différence entre fiction et réalité,

casting des acteurs et des participants aux émissions de divertissement, montage et scénario, modification technique des images.

FRÉQUENCE ÉCOLES

GRAND LYON
COMMUNAUTÉ URBAINE

Rhône-Alpes



L'étude **UGC Que Choisir** intitulée **Influence de la publicité alimentaire sur le comportement des enfants** réalisée en 2006 et en 2009.

réalisée en 2011 par l'association **Fréquence écoles**, les ressources en ligne de l'association canadienne **Habito Médias**,

Jeunes et Internet : de quoi avons nous peur ?

EU Kids Online 2012-2013

Les études sociologiques sur les pratiques numériques des jeunes

Fréquence écoles et s'appuie sur les contenus suivants :
Ce guide est une production originale de l'association

www.frequence-ecoles.org

par l'association **Fréquence écoles**.

Un guide développé avec le soutien du **Grand Lyon** dans le cadre du **Plan d'éducation au développement durable**



Suivant une licence proposée par **Creative Commons** nous mettons la **réaction de cette publication** à disposition du public. Vous êtes donc libres de copier, de modifier et de distribuer ce travail, selon les conditions suivantes :
• **Attribution** : Vous devez citer les auteurs de sa conception (Fréquence écoles), de sa rédaction (Dore Bruyas) sans pour autant suggérer qu'il approuve votre utilisation (écoles).
• **Partage à l'identique** : Si vous reproduisez, diffusez, modifiez cette publication, vous le ferez sous les mêmes conditions ou alors vous demanderez l'autorisation préalable des auteurs.

Conception : **Pauline REBOLL** et **Dore BRUYAS** de **Fréquence écoles**
Rédaction : **Dore BRUYAS** - Conception graphique : www.studiobambam.com
Correction : **Christophe DORE**



LES ÉCRANS

LES ENFANTS, LES ADOS

ET NOUS !

CE "POSTER-GUIDE" PERMET
D'ACCOMPAGNER VOS ENFANTS DANS
LEURS RELATIONS AUX ÉCRANS.

Ce poster-guide est aussi conçu pour servir de support à une discussion familiale, les enfants et les adolescents. Les conseils sont donnés au verso

L'association d'éducation aux médias

Fréquence écoles a souhaité éditer ce

parents d'engager la discussion avec

leurs enfants et adolescents.

questions-réponses avec, le soutien

du Grand Lyon pour permettre aux

les empêchant de se construire librement.

massivement les petits comme les grands,

consommation... Les écrans influencent

Alimentation, corps, relations amoureuses,

et renoncent à beaucoup pour pouvoir accéder en haut de l'affiche.

niveau, ils se préparent beaucoup, contrôlent leurs vies en permanence

produits du système médiatique. Un peu comme des athlètes de haut

Rappeler enfin que les jeunes actrices ou acteurs "stars" sont des

moins tentés par l'idée d'être quelqu'un d'autre. **Inciter les jeunes à**

comprendre le processus de fabrication des images avec les questions :

Cette image est elle retouchée selon toi ? Beaucoup ?

Qui l'a prise ? Dans quelle cadre ? Pourquoi faire ?

Rappeler enfin que les jeunes actrices ou acteurs "stars" sont des

produits du système médiatique. Un peu comme des athlètes de haut

niveau, ils se préparent beaucoup, contrôlent leurs vies en permanence

et renoncent à beaucoup pour pouvoir accéder en haut de l'affiche.

Alimentation, corps, relations amoureuses,

massivement les petits comme les grands,

les empêchant de se construire librement.

du Grand Lyon pour permettre aux

parents d'engager la discussion avec

leurs enfants et adolescents.

Fréquence écoles a souhaité éditer ce

questions-réponses avec, le soutien

du Grand Lyon pour permettre aux

parents d'engager la discussion avec

leurs enfants et adolescents.

Fréquence écoles a souhaité éditer ce

questions-réponses avec, le soutien

du Grand Lyon pour permettre aux

parents d'engager la discussion avec

leurs enfants et adolescents.

Fréquence écoles a souhaité éditer ce

questions-réponses avec, le soutien

du Grand Lyon pour permettre aux

parents d'engager la discussion avec

info@frequence-ecoles.org

Pour plus d'informations, n'hésitez pas

à contacter les professionnels de l'association

www.frequence-ecoles.org

rendez-vous sur le site de l'association.

Pour en savoir plus sur l'éducation aux médias,

de construire les bases d'une éducation aux écrans.

Le document de sensibilisation permet

Le poster (sur fond bleu) permet de voir en quoi les écrans influencent
les enfants et les adolescents. Les conseils sont donnés au verso
(sur fond blanc) et donnent quelques pistes d'action et de discussion
à mener à la maison.