

7^{ème} Semaine des médias à l'école

Fiche pédagogique no 4

L'image de l'enfant dans la presse écrite

Les images participent à la construction de nos représentations mentales. Elles influencent la manière dont nous percevons un événement, un thème d'actualité ou une question sociale. Or ces images répondent à des objectifs précis : informer, émouvoir, choquer, rassembler, vendre. Il s'agit de prendre du recul et de comprendre comment certaines images de presse contribuent à construire des représentations mentales.

Public : élèves de 7 à 11 ans

Objectifs :

- Réfléchir au sens et à la portée des images
- Distinguer les images publicitaires des images d'information
- Comprendre comment se construisent des représentations en lien avec des images

Durée : 2-4 périodes

Mots-clés : Illustration ; photographie ; dessin de presse ; représentation ; cliché ; symbole

Matériel nécessaire : Un grand choix de journaux et de magazines ; (éventuellement des copies de clichés célèbres)
Des ciseaux, de la colle et du papier

Organisation : Travail par groupes

Etapes :

1. Présentation des objectifs et du thème :

On peut partir des représentations initiales des élèves avec un échange en classe : comment pensent-ils que l'enfant est représenté dans les journaux et pourquoi ?

2. Repérage dans la presse :

Recenser et découper un grand nombre d'images se rapportant au thème de l'enfant (illustrations d'articles ; publicités ; photographies célèbres). Prendre en compte les légendes ou les slogans accompagnant ces images.

Suggestion : utiliser aussi les dix clichés de la fiche pédagogique no 1 "Enfants du monde..."

3. Recoupement, rapprochement, classement des images :

Par groupes, les élèves procèdent à des rapprochements d'images et établissent des catégories. Par exemple, l'enfant est présenté comme :

- une victime (catastrophes naturelles ou humanitaires, conflits armés, affaires de mœurs)
- un danger (délinquance juvénile, menace pour le couple, etc).
- quelqu'un de malheureux, mais sans que l'on sache pourquoi (illustration de thèmes de société, parrainage d'associations humanitaires, etc).
- quelqu'un de souriant et en bonne santé (distinguer les images "souriantes" liées à un produit (publicité) des images heureuses d'actualité).
- quelqu'un inscrit dans le contexte de l'école.
- quelqu'un pris dans son contexte familial (relation aux parents, aux frères et aux soeurs).

4. Constitution du dossier et débat :

Echanger avec les différents groupes sur les catégories constituées.

Des catégories sont-elles manquantes ou peu représentées ?

Mettre en évidence le support des images utilisées (photo de Une, photo des pages intérieures, publicité, affiches...) et leur objectif (attirer le regard, informer, vendre, apitoyer, choquer...).

Sélectionner les documents les plus significatifs de chaque catégorie. En discuter. Se poser cette question au passage : y a-t-il eu mise en scène de la part du photographe ou s'agit-il d'une photo prise sur le vif ? Construire le dossier d'images à partir de ces catégories. Confronter le résultat aux représentations initiales des élèves.

Animer le débat sur le rôle et le pouvoir des images. On se posera par exemple la question de l'utilisation de l'image de l'enfant. A quelles fins ? Faut-il y voir une mode, des objectifs commerciaux, des visées politiques ?

Prolongements possibles

- Travailler sur une image qui plaît aux enfants (une "icône" du moment). Examiner sa construction, l'usage de la lumière, l'efficacité de la photo, mais également le contexte dans lequel elle a été utilisée. Demander aux enfants ce qui plaît dans cette photo. Reconnaisent-ils dans cette image une figure connue, des camarades ? S'identifient-ils à cette image ? Pourquoi ?
- Débattre des résultats du dossier avec un professionnel des médias, journaliste ou photographe de presse). On pourra aborder en particulier la question de la source des images, histoire de connaître les principales catégories (clichés pris par les photographes d'une publication ; clichés d'amateurs ; clichés d'agences d'information ; clichés publicitaires).

Adaptation autorisée de la fiche du CLEMI " Un thème en images ", par Christian Georges (CIIP), avec le concours de Brigitte Stauffer-Tavares (enseignante). Actualisation janvier 2010.