



## LES DIFFERENTES IMAGES DE L'ENFANT DANS LES MEDIAS<sup>1</sup>

Il existe des représentations extrêmement positives de l'enfant mais, à l'inverse, des représentations négatives ou floues. Au-delà, plusieurs questions se posent : comment l'enfant, à travers son image, est-il appréhendé par les médias ? Quelle est la place qui est accordée à cette image ? Dans quel but est-elle utilisée ? L'enfant est-il considéré comme un acteur jouant un rôle approprié ou plutôt comme un objet instrumentalisé ? Quel impact l'utilisation de l'image de l'enfant dans les médias peut avoir sur le discours plus général des droits de l'enfant ?

### 1. Décrypter l'image : que se cache-t-il derrière l'image ?

Derrière l'image il y a une histoire, une symbolique, des préjugés et des intérêts divers. L'interprétation d'une image dépend non seulement de l'observateur mais aussi du photographe. Par exemple, André Gunthert explique que la photographie Young Lebanese Driving Through Devastated Neighborhood of South Beirut, couronnée par le World Press en 2006 avait été mal interprétée par la photographie.



La photographie présentait ces jeunes comme des « disaster tourists », des jeunes riches libanais venus visiter les quartiers détruits, alors qu'ils étaient en fait des habitants du quartier revenus après les bombardements. Certes il existe une grille d'interprétation variable en fonction de l'observateur, mais la photographie représente avant tout le regard propre du journaliste/photographe à ce moment bien précis et l'utilisation d'éléments subjectifs permet d'accentuer les émotions (comme un objet, une couleur... ici en l'occurrence le rouge, les lunettes de soleil, le style vestimentaire, etc...) :

<sup>1</sup> Cette fiche fait partie de la série d'outils pédagogiques réalisés suite à l'Université d'été autour des droits de l'enfant 2011 (co-organisée par DEI-Belgique) qui portait sur le thème des droits de l'enfant et les médias. Elle concerne plus spécifiquement la question de l'image de l'enfant dans les médias.



« Toute description referme et rétrécit l'image, sélectionne le sens avant même qu'on sache ce qu'il importe de voir [...] une image n'est jamais un ensemble objectif de formes au devant duquel il suffit de se porter, mais toujours un dispositif construit par son contexte d'énonciation, déterminé par les voies qu'il a suivies pour arriver jusqu'à nous »<sup>2</sup>.

Ainsi, si l'image est unique, les interprétations sont quant à elles multiples.

Pourtant, un criminologue belge qui a analysé pendant une année le traitement de la célèbre affaire dite *Van Holsbeeck*<sup>3</sup> par le quotidien *La Libre Belgique* remarque qu'*aujourd'hui l'opinion est unifiée et l'analyse, interdite. Selon lui, il y a une percée du victimisme (qui est une représentation du monde dans laquelle le point de vue de la victime se substitue aux représentations du bien commun, de la justice, et de la solidarité.)*<sup>4</sup>. Celle-ci s'accompagne d'une opinion publique unifiée (s'agissant d'un crime, tout indique qu'il n'y a qu'une seule opinion publique), d'une pulsion de la généralisation (tendance à généraliser après un fait divers et à promouvoir des réformes qui sont censées répondre à ce fait divers), avec une suspicion populiste envers la justice (notamment) et une clôture idéologique (augmenter les contrôles et les sanctions). Ainsi, on peut tomber facilement dans des dérives comme le racisme sans que cela choque vraiment, tandis que les informations sont acceptées même si elles ne sont pas véridiques<sup>5</sup>.

A cela, Marc Lits, Professeur en communication ajoute :

« L'image renvoie à une individualisation très forte, créant des effets d'émotion beaucoup plus grands que dans la presse écrite ainsi que des effets de proximité qui ont des conséquences non négligeables sur le traitement de l'information. Des effets qui peuvent d'ailleurs être accentués lorsque certains journalistes veulent privilégier une démarche plus populiste, pour ne pas dire démagogique, ou plus proche d'une recherche d'adhésion populaire immédiate »<sup>6</sup>.

<sup>2</sup> André Gunthert, « Comment faire un commentaire d'images (Spencer Platt) », disponible sur : <http://www.arhv.lhivic.org/index.php/2008/02/20/639-commentaire-d-images-spencer-platt>.

<sup>3</sup> Du nom de ce jeune homme, tué en pleine journée dans la gare centrale, par deux mineurs d'âge, pour lui voler son MP3 ; cette affaire avait débouché sur un traitement médiatique très important.

<sup>4</sup> Voir Dan Kaminski, « Medias et réaction sociale à la délinquance », in « La réforme de la loi du 8 avril 1965 relative à la protection de la jeunesse – premier bilan et perspectives d'avenir », sous la direction de Thierry Morea, Isabelle Ravier et Benoît Van Keirsbilck, Ed. Jeunesse & Droit, collection du CIDE, sept. 2008, page 62.

<sup>5</sup> Dan Kaminsky, op. cit. Egalement dans son intervention lors de l'Université d'été autour des droits de l'enfant 2011.

<sup>6</sup> Intervention de Marc Lits, lors de l'Université d'été sur les Droits de l'enfant et les médias 2011.



## 2. Les différentes utilisations de l'image de l'enfant

L'image de l'enfant est souvent utilisée. Elle est d'ailleurs apparue régulièrement dans différents journaux pour illustrer la « libération » des pays arabes<sup>7</sup>. L'image d'un enfant jeune et plein de vie est sans aucun doute le symbole de la liberté et du futur. Pour reprendre une formule bien connue, l'enfant n'est-il pas « notre avenir » ?



En outre, l'image donne de la valeur au discours et permet de donner une certaine crédibilité à l'action. Elle accompagne donc fréquemment les campagnes de sensibilisation. Par exemple, l'Organisation internationale du travail a réalisé un reportage photos « le visage du travail des enfants » en 2010<sup>8</sup>. Cette technique n'est pas nouvelle : déjà au début du XXe siècle, Lewis Hine avait photographié des centaines d'enfants travailleurs dans le cadre d'une campagne pour l'abolition du travail aux Etats Unis menée par le *National Child Labor Committee*<sup>9</sup>.



<sup>7</sup> Photo publiée dans le journal Métro, prise à Tunis le 17 février 2011 : <http://metroreporter.metrofrance.com/fr/photos/actualite/2011-02-17/7667/manifestation-de-la-liberte-bis.html>.

<sup>8</sup> Disponible sur : [http://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/@dgreports/@dcomm/documents/genericdocument/wcms\\_144490.pdf](http://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/@dgreports/@dcomm/documents/genericdocument/wcms_144490.pdf). Les Editions Quart Monde (branche éditoriale du Mouvement ATD Quart Monde) proposent également un ouvrage sur le même sujet : <http://www.editionsquartmonde.org/Le-travail-des-enfants>.

<sup>9</sup> Informations disponibles sur : <http://www.escapeintolife.com/artist-watch/lewis-hine/>. D'après Karl Hanson, intervention dans le cadre du CIDE, Mars 2011.



Plusieurs exemples montrent que l'image de l'enfant, considéré comme un objet encore facilement malléable, va permettre de défendre des intérêts différents, parfois diamétralement opposés.

- **L'enfant « politisé »**

Nous pouvons tout d'abord nous intéresser à l'utilisation de l'image de l'enfant dans les affiches électorales. Comme on peut le voir ci-dessous, avec les affiches de la campagne du Général de Gaulle et de François Mitterrand, peu importe l'époque et les partis politiques<sup>10</sup>.



Sur ces deux affiches (interprétation personnelle des images), les enfants tendent leurs mains vers le candidat et le regardent plein d'espoir pour l'avenir. Ils sont présentés comme de bons pères de famille soucieux du bien-être de l'enfant, mettant l'électeur en confiance. D'ailleurs, sur l'image de droite, la couleur bleue symbolise le côté paternel et rassurant du Président. A gauche, si la petite fille n'a que sept ans, elle devient la porte-parole nationale avec son bonnet phrygien et sa robe aux couleurs du drapeau français. Marianne avant l'heure ! En outre, le slogan « laissez-moi grandir » semble laisser entendre que son futur dépendra de l'élection du Général.

- **L'enfant « propagande »**

Un autre exemple est celui des affiches de propagande communiste. Sur ces affiches, l'enfant est représenté comme force de pouvoir et d'avenir. Mais s'il assume un rôle important, c'est avant tout pour soutenir le régime : certains enfants n'ont-ils d'ailleurs pas dénoncé leurs parents dissidents en Russie à l'époque communiste ?<sup>11</sup>



<sup>10</sup> Source : <http://www.vivelpub.fr/affiches-electorales-la-guerre-de-limage-1965-2012/>.

<sup>11</sup> A ce propos, vous pouvez consulter la fiche pédagogique 2009-7 (septembre 2009) de DEI-Belgique sur les différentes conceptions des droits de l'enfant disponible sur le site Internet : <http://www.dei-belgique.be>.



La première affiche remonte à l'époque de Mao, la deuxième représente des jeunes pionniers russes tandis que la dernière, plus récente, vient du Vietnam. On y lit : « Vive le Parti, bonne et heureuse année, vive notre patrie pour ses futurs efforts à se battre et réussir à réaliser les plans économiques et sociaux de l'an 2004 »<sup>12</sup>.

De manière plus générale, pour de nombreux dirigeants, et cela indépendamment de leurs aspirations, la jeunesse est un symbole important.



Rappeler aux enfants que l'Eglise et les Rois ont construit la patrie française (France nationaliste) ; « La jeunesse sert le Führer » (affiche de la Jeunesse Hitlérienne) ; « Le développement du Vietnam dépendra de vos études » (à l'époque de l'Oncle Ho)<sup>13</sup>.

- **L'enfant « publicité »**

L'utilisation de l'image de l'enfant dans la publicité est également intéressante. En nous basant sur l'analyse effectuée par Paola Riva Gapany<sup>14</sup>, nous avons choisi les trois exemples suivants (publicités pour Evian, Benetton et Air France) :



Paola Riva Gapany explique que l'image permet d'attirer l'œil du consommateur. L'enfant, en tant qu'« invariant culturel émotionnel » est en effet un excellent vecteur de produits (cf. notamment la publicité d'Air France). Elle ajoute que l'image d'enfants permet notamment de véhiculer l'idée de la

<sup>12</sup> Affiches vues dans l'ouvrage de Anchi Meen, *Chinese Propaganda Posters*, 2003 ; sur les sites : [http://www.operaincerta.it/archivio/028/articoli/blangi\\_1\\_fr.html](http://www.operaincerta.it/archivio/028/articoli/blangi_1_fr.html). et <http://examenjuin.skyrock.com/468665273-Affiche-de-propagande-du-parti-communiste-au-Vietnam-actuel-Giao-Doan.html>.

<sup>13</sup> Ces affiches ont été sélectionnées suite à une recherche effectuée sur Internet : [http://saines-coleres.blogspot.com/2010\\_01\\_01\\_archive.html](http://saines-coleres.blogspot.com/2010_01_01_archive.html); <http://propagande-2eme-guerremondiale.e-monsite.com/pages/la-propagande-dans-le-camps-de-l-axe/la-propagande-nazie.html>; <http://www.aziyadee-in-asia.com/categorie-12099105.html>.

<sup>14</sup> Intervention lors de l'Université d'été sur les Droits de l'enfant et les médias 2011.



jeunesse, du futur et de l'indépendance (comme avec les bébés pour la marque Evian), même si parfois le lien entre enfant et produit à vendre n'est pas reconnaissable (comme les publicités de Benetton). Enfin, elle remarque que les enfants et les jeunes sont également de grands consommateurs de publicité et donc des cibles potentielles pour l'achat des produits ; d'où une adaptation de la publicité à leur égard sachant aussi qu'ils pourront ainsi demander à leurs parents de leur acheter tel ou tel produit. Comme le rappelle Marc Lits, la logique « consumériste » est en effet indéniable<sup>15</sup>.

- **L'enfant « charité »**

L'enfant est aussi symbole d'innocence ; une proie facile pour ceux qui souhaitent souligner « la souffrance et le dénuement des victimes »<sup>16</sup>. S'accompagnant de larmes, d'un air angélique ou d'un sourire, l'enfant charité est aussi un outil de récolte de fonds. Si les agences de communication ont trouvé en l'enfant une valeur marchande précieuse, il semblerait que certaines organisations dans le cadre de leur recherche de fonds développent également des stratégies de communication en se servant de l'image de l'enfant.



Cette publicité en est, de notre point de vue, une illustration parfaite : cet enfant africain est présenté comme le symbole de la pauvreté et de la famine... mais il est aussi une *valeur sûre* dans laquelle on peut désormais investir son argent !<sup>17</sup>

- **L'enfant « tragédie »**

On se souvient notamment du fameux cliché de l'enfant africain mourant de faim et prêt à être dévoré par un vautour, qui avait suscité une importante controverse au début des années 90. Si Kevin Carter a obtenu le prix Pulitzer pour cette photographie en 1994, il n'a pu surmonter les critiques suscitées par l'opinion publique et se suicida. A l'inverse, la photographie de la petite

<sup>15</sup> Marc Lits, Actes de l'Université d'été 2011.

<sup>16</sup> André Gunthert, <http://www.arhv.lhivic.org/index.php/2008/02/20/639-commentaire-d-images-spencer-platt>.

<sup>17</sup> Sur ce point voir l'intervention d'Ankie Vandekerckhove lors de l'université d'été 2011.



Omeyra, victime d'une catastrophe naturelle en Colombie (éruption du volcan *Nevado del Ruiz*), dont les jambes étaient bloquées par les poutrelles et les briques. Sa lente agonie durera soixante heures. Les images de l'enfant furent diffusées dans le monde entier alors qu'elle était encore vivante. Le photographe Frank Fournier prit des photos du drame. Les photographies, publiées après la mort de la victime, ont quant à elle été récompensées par le prix *World Press Photo* en 1986.



Paola Riva Gapany explique que ces cas d'« enfants tragédie » suscitent le malaise et parfois la controverse : il s'agit en effet de faire poser des enfants en souffrance au premier plan. A travers l'immortalisation de ces situations par des images, les médias vont également mettre en avant l'incapacité des adultes à remédier à la souffrance des enfants. Parfois, ce travail peut aussi être ressenti comme une violation de la dignité humaine et du respect de l'individu, qui de surcroît est un enfant.

- **L'enfant « censuré »**

Il est intéressant de s'intéresser à la manière dont Facebook a abordé ce sujet. En juillet 2011, Facebook censurait la pochette du célèbre album de Nirvana "Nevermind" sur laquelle on voit un bébé nu en train de nager... Dans le Règlement de ce « réseau social », parmi les interdits figure "le contenu incitant à la haine ou à la violence, menaçant, diffamatoire, à caractère pornographique ou présentant de la nudité ou de la violence graphique ou gratuite". Mais si le "sexe" d'un enfant doit être censuré, qu'en est-il des images ne respectant pas l'enfant ? Comme par exemple cette page « Votre enfant est con ? Faites-en un balai ! » qui propose à certains parents de transformer leur enfant en balai, image à l'appui ! Inacceptable, bien entendu, mais pourtant celle-ci n'a pas été censurée...<sup>18</sup>

<sup>18</sup> Ces images sont disponibles sur : <http://geeko.lesoir.be/2011/07/28/facebook-censure-une-pochette-de-nirvana/> et <https://www.facebook.com/pages/Votre-enfant-est-con-Faites-en-un-balai/198171800256369>.



## Conclusion

Si les législations ont entraîné une protection accrue de l'utilisation de l'image de l'enfant, elles semblent protéger plus facilement l'individu – bien que dans des circonstances particulières – que le groupe « enfants » dans son ensemble. De manière générale, ces différents exemples ont montré que l'enfant, à travers son image, est encore trop souvent manipulé. Cette image véhicule des valeurs et des intérêts qui vont parfois à l'encontre de l'intérêt supérieur de l'enfant ou du groupe collectif enfants. Certains enfants sont d'ailleurs particulièrement stigmatisés et en sortent d'autant plus fragilisés. Jean Zermatten a, à ce titre, pu parler d'image « stéréotypée » de certains enfants, comme les enfants en conflits avec la loi. Selon lui, cette utilisation médiatique alimente des politiques répressives à l'encontre des enfants (telles que la tolérance zéro ou *mano dura*). Il se demande donc : « quelle est la responsabilité des médias et quel rôle jouent-ils par rapport à la manipulation politique ? »<sup>19</sup>.

Le poids de l'image et son impact sur la construction des droits de l'enfant est donc indéniable<sup>20</sup>. Ce type de conclusion avait d'ailleurs déjà été formulé, notamment à propos de la littérature pour enfants<sup>21</sup>. Si l'utilisation de l'image de l'enfant pose de nombreuses questions, il ne s'agit pas d'interdire toute image sur laquelle figure un enfant, mais de rappeler à quel point il est fondamental d'utiliser l'image de l'enfant de manière respectueuse et adaptée, tout en mesurant les effets à court et à long terme non seulement pour l'individu en photo mais aussi pour le groupe enfants dans son ensemble. Nous pouvons ainsi terminer en reprenant les paroles d'Ankie Vandekerckhove :

*« Respecter les droits de l'enfant dans les médias, c'est aussi montrer une image juste et nuancée et les prendre au sérieux (ce qui inclut les enfants comme sources d'information et pas seulement comme des objets). Trop souvent les médias montrent les enfants, et surtout les jeunes comme des problèmes, des nuisances... Au Royaume-Uni une étude montrait que plus de 50% des adultes*

<sup>19</sup> Intervention lors de l'Université d'été sur les Droits de l'enfant et les médias 2011.

<sup>20</sup> La fiche pédagogique proposée ci-dessous vous permet d'approfondir ce sujet et de comprendre le lien entre l'image de l'enfant et les différentes conceptions des droits de l'enfant.

<sup>21</sup> Sur cette question, voir la fiche 2009-1 de juin 2009 réalisée par DEI-Belgique sur l'image de l'enfant ainsi que l'article de Vanessa Pupavac, « Global Children's Rights, Sustainable Development and Punishing Childhoods », 2006.



*regardent les jeunes comme des 'animaux féroces', plus d'un tiers partageait l'avis que les rues sont 'infestées par les enfants'. Une attitude d'intolérance se présente dans beaucoup de pays, aussi le nôtre, et cela se reflète dans les médias. En raison de cette attitude négative envers les jeunes une ONG anglaise Barnardos a rédigé un rapport avec des jeunes pour aider à restaurer cette image incorrecte ('Breaking the cycle'<sup>22</sup>) et démontrer qu'il y a beaucoup plus de jeunes qui ont des problèmes et besoin d'être soutenus que des jeunes qui causent des problèmes »<sup>23</sup>.*

---

<sup>22</sup> Le rapport est disponible sur : [http://www.barnardos.org.uk/breaking\\_the\\_cycle\\_report\\_pdf](http://www.barnardos.org.uk/breaking_the_cycle_report_pdf).

<sup>23</sup> Lors de son intervention dans le cadre de l'université d'été 2011.



## Fiche pédagogique

<b>Objectifs ?</b>	Décrypter l'image de l'enfant dans les médias. S'interroger sur sa propre conception de l'enfance et comprendre l'influence des médias dans cette construction. Développer un esprit critique par rapport à la manière d'envisager cette question dans le futur.
<b>Groupe-cible ?</b>	Jeunes et adultes
<b>Méthode ?</b>	Travail en sous-groupes et discussion
<b>Matériels ?</b>	Oui. Différents supports médiatiques : les journaux papier, les informations diffusées sur le net, les réseaux sociaux, les documentaires, les vidéos, etc... choisis par l'animateur ou par les participants.
<b>Préparation ?</b>	Lire la fiche théorique
<b>Déroulement ?</b>	<ol style="list-style-type: none"><li>1. L'animateur présente les différents supports, le « fourre-tout médiatique ».</li><li>2. Le groupe est divisé en plusieurs sous-groupes et reçoit une quelques supports à analyser.</li><li>3. Chaque sous-groupe se pose une série de questions : De quelle manière est utilisée l'image de l'enfant, quel est le but recherché, quels sont les intérêts défendus. Quel est l'impact sur les adultes mais aussi sur les enfants ? Quelle est la place de l'enfant ? Quelles sont les interprétations possibles, les problématiques suggérées par l'image ? L'enfant y est-il présenté d'une manière respectueuse ? La publication/diffusion de son image apporte-t-elle quelque chose de positif à l'enfant ?</li><li>4. L'animateur entend chaque sous-groupe puis propose une discussion de groupe.</li></ol>
<b>Suivi ?</b>	Aucun

Ce module pédagogique a été réalisé par DEI-Belgique en tant qu'organisation d'éducation permanente agréée, dans le cadre de ses actions en matière d'éducation aux droits de l'enfant. Cette fiche a été rédigée par **Laurène Graziani** sous la supervision de **Benoit Van Keirsbilck**.