

LES EFFETS SUR LE

COMPORTEMENT

Les enfants intègrent facilement les valeurs que véhicule la publicité. Ces valeurs vont de la consommation à outrance jusqu'aux stéréotypes sexuels. Ces influences sont déterminantes pour la conception du monde que se font les enfants, de même que pour celle des normes sociales, du développement de leur image corporelle et de leur estime de soi. Moins visibles que les problèmes de poids, les effets sur leurs comportements sont pourtant tout aussi graves.

hypersexualisation

Régulièrement exposés à la sexualité dans un environnement idéalisé, les enfants tentent de reproduire les modèles masculins et féminins stéréotypés. Ce comportement se traduit notamment par des relations sexuelles de plus en plus précoces.

SOURCE : J. B. BERROS (2007). *Génération télévision - La relation controversée de l'enfant avec la télévision*, 424 p.

BANALISATION

Une exposition répétée à des produits pour adultes, par exemple l'alcool, peut conduire à une banalisation de ce type de consommation. Pourtant, les effets de l'abus de l'alcool sur la santé sont bien connus.

SOURCE : *Encyclopedia of Children, Adolescents, and the Media* (2007). Jeffrey, Jensen, Arnett Editor, 537 p.

santé mentale

La publicité peut aussi affecter la santé mentale des enfants. Incité par une publicité, l'enfant voudra répondre à cet appel à la consommation. S'il ne peut pas le faire, sa frustration augmentera et elle pourra le mener à des comportements violents. De plus, le matérialisme à outrance, encouragé par la publicité, aurait des conséquences sur l'estime de soi et sur les valeurs des enfants.

En fin de compte, l'enfant pourrait développer des sentiments de narcissisme et d'insatisfaction.

SOURCES : J. B. BERROS (2007). *Génération télévision - La relation controversée de l'enfant avec la télévision*. RÉSEAU ÉDUCATION-MÉDIAS : les enjeux particuliers pour les jeunes enfants. [www.education-medias.ca].

FRUSTRATION
ANXIÉTÉ
Faible estime de soi

« Je le veux MAINTENANT! »

Chez l'enfant, la publicité fait naître des besoins qu'il veut combler immédiatement. L'enfant insiste souvent de façon très persistante. Pensez à la dernière crise que vous avez subie dans l'allée des jouets...

CULTE DES MARQUES

À l'aube de l'adolescence, les marques (surtout de vêtements) exercent un rôle important dans l'identification et le sentiment d'appartenance. À cet âge, être accepté est primordial. La publicité s'immisce dans l'inquiétude des jeunes par rapport à leur image en leur proposant des produits qui les rendront populaires. SOURCE : RÉSEAU ÉDUCATION-MÉDIAS, *Les enjeux particuliers pour les préadolescents et les adolescents* [www.education-medias.ca].

fillette objet

Plus les jeunes filles consomment des images stéréotypées, plus elles souffrent de troubles alimentaires et de faible estime de soi. Cette attitude peut nuire à leur réussite.

SOURCE : S. BISSONNETTE, *Nos enfants sous influence Sexy inc.*, ONF (2007).