

# Le tour des modes de méditation en images



Eva Saro, responsable de projets, fondation images et société

fondation images et société

Avez-vous remarqué tous ces personnages en posture de méditation qui peuplent nos magazines? Le *mindfulness*, différentes techniques de zénitude et le yoga sont à la mode pour notre plus grand bien. Mais que pouvons-nous apprendre sur nous et nos habitudes visuelles en regardant de plus près cette imagerie aux diverses postures assises, utilisée pour vendre de tout?

Les premières images de méditant-e-s à avoir attiré mon attention datent des années 2000. Elles proviennent de Scandinavie et de Roumanie. Un homme en costume sombre est soulagé par des solutions technologiques miraculeuses, tandis qu'un autre vante les services d'une banque. Pour illustrer des articles sur la crise économique ou la baisse des fonds de placement, ce sont avant tout des hommes en habits de bureau, qui nous indiquent l'attitude à adopter. Ils sont parfois jeunes, souvent plus âgés ou du moins avec un visage aux traits marqués. Ils sourient ou sont plus sérieux, bien mis ou un peu défaits.

Sommes-nous égaux sur la planète méditation mise en images? Les couples vantent des meubles à bas prix, des exercices de bien-être et un emploi dans une entreprise qui invite à donner vie à vos envies. Des projets prometteurs au final. Nous avons aussi un canard méditant pour attirer l'attention sur les petites annonces d'un journal gratuit, ainsi qu'une femme enceinte plus ou moins (dés)habillée en toge safran, afin de mettre en avant un magazine pour les femmes progressistes. La version affichée suscita des remous en Finlande.

Les femmes constituent la grande majorité de notre collection de méditant-e-s. Que vendent-elles? Des produits de santé, des abonnements à des clubs de fitness, des tests psychologiques et une voiture qui pense à tout – peut-être pour monsieur qui conduit la voiture. Encore qu'une femme pourrait aussi se sentir interpellée par une telle merveille, puisqu'elle promet la sérénité en toutes circonstances.

Les méditantes mises en exergue sont très jeunes, plus rarement d'âge mûr. Elles sont souvent déshabillées ou en vêtement moulant, voire en soutien-gorge et petite culotte - ce qui n'est pas recommandé si on veut pratiquer pendant plus de dix minutes sous nos climats. Le blanc prédomine. Enfin, quelques femmes portent des vêtements plus amples. Cela reste une exception récente pour illustrer par exemple le burnout dans la profession et comment l'éviter.

## Que suscite cette image en vous?

### Cochez ce qui convient

- Sympa ces couleurs estivales
- Qui séduit qui pour vendre quoi?
- Monsieur séduit à tout âge?
- Madame doit-elle toujours être super jeune pour plaire?
- D'autres impressions?



Et si vous invitiez vos élèves à créer leur collection à partir des méditant-e-s peuplant internet ou les magazines? Cela permet un voyage très enrichissant au pays des stéréotypes de genre et de culture. Vos expériences nous intéressent aussi et nous pourrions en parler dans notre nouveau site consacré au «décod'image».

**La fondation images et société** organise des ateliers de «décod'image» et propose du matériel en soutien aux objectifs du PER, en particulier dans les domaines MITIC, FG, CT. Le but est de multiplier les éclairages sur les images médias pour mieux cerner leur impact sur nous à tout âge et renforcer notre espace de choix. Des personnes de l'éducation et de la santé peuvent également être formées à l'approche. Voir [www.imagesetsociete.org](http://www.imagesetsociete.org)