

# Représentation de soi

## Cours d'anglais - niveau 2de

Un selfie retouché d'un côté, la même photo sans filtre de l'autre : laquelle dit qui nous sommes ? La **représentation de soi** est l'un des axes du programme de seconde. Il interroge la façon dont on se montre aux autres et dont le regard des autres nous façonne : canons de beauté, réseaux sociaux, body positivity et body shaming, mode et identité. Ce cours te donne le vocabulaire, des repères culturels du monde anglophone et une méthode pour en parler à l'oral comme à l'écrit.

Ce cours est à **télécharger en PDF et à imprimer gratuitement** : le bouton se trouve en bas de la page, sans inscription.

## La représentation de soi : de quoi parle-t-on ?

Notre **self-image** (image de soi) se construit à la croisée de ce que nous ressentons et de ce que les autres nous renvoient. Elle est influencée par la famille, les amis, l'école, la publicité et aujourd'hui surtout les réseaux sociaux. La question centrale de l'axe est simple : **Are we free to choose how we present ourselves, or do we follow the rules of others?** (Sommest-nous libres de choisir comment nous nous présentons, ou suivons-nous les règles des autres ?)



Cinq influences qui façonnent l'image que l'on a de soi.

| English                                    | Français                                        |
|--------------------------------------------|-------------------------------------------------|
| self-image / self-esteem / self-confidence | image de soi / estime de soi / confiance en soi |
| appearance, looks                          | apparence, physique                             |

|                             |                                                  |
|-----------------------------|--------------------------------------------------|
| to fit in / to stand out    | s'intégrer, rentrer dans le moule / se démarquer |
| peer pressure               | la pression du groupe, des pairs                 |
| to be judged on one's looks | être jugé sur son physique                       |
| insecure / self-conscious   | qui manque d'assurance / complexe, gêné          |

## Normes et canons de beauté : une histoire qui change

Les **beauty standards** (canons de beauté) ne sont ni universels ni éternels. Ils varient selon les époques, les pays et les milieux sociaux. Quelques repères dans le monde anglophone :

- **L'époque victorienne** (XIXe siècle) : la pâleur est signe de richesse, car les classes aisées ne travaillent pas au soleil ; le corset impose une taille très fine.
- **Les préraphaélites** (*the Pre-Raphaelites*, à partir de 1848) : ces peintres anglais, comme Dante Gabriel Rossetti ou John Everett Millais, imposent une beauté idéalisée et rêveuse, longs cheveux roux, cou allongé, teint pâle. Leurs modèles, Elizabeth Siddal en tête, deviennent des icônes, mais on ne leur demande guère leur avis : la femme y est surtout **an object of the male gaze** (*un objet du regard masculin*).
- **Les années 1920** : les *flappers*, jeunes femmes émancipées, coupent leurs cheveux court et portent des robes droites, en rupture avec leurs mères.
- **Les années 1960** : le « Swinging London » met à la mode une silhouette très mince et la minijupe.
- **Les années 2010-2020** : les réseaux sociaux et les **filters** (filtres) diffusent un visage « parfait » standardisé. Plusieurs pays réagissent : au Royaume-Uni, l'autorité de régulation de la publicité a demandé en 2021 que les influenceurs n'utilisent pas de filtres qui exagèrent l'effet d'un produit de beauté ; la Norvège impose depuis 2021 de signaler certaines photos publicitaires retouchées.

Les **beauty pageants** (concours de beauté), nés aux États-Unis avec Miss America en 1921, illustrent ces normes : des jeunes femmes y sont jugées, classées et couronnées. En 1968, des militantes féministes manifestent devant le concours d'Atlantic City contre ce qu'elles appellent un « cattle auction » (une foire au bétail). Depuis, les concours ont évolué, supprimant parfois l'épreuve en maillot de bain, mais la question demeure : **Do beauty pageants empower women or reduce them to their looks?** (*Les concours de beauté émancipent-ils les femmes ou les réduisent-ils à leur apparence ?*)

### VOCABULAIRE CLÉ

- **a beauty standard / an ideal of beauty** (*un canon / un idéal de beauté*)
- **to retouch, to photoshop, to edit a picture** (*retoucher une photo*)
- **flawless, unrealistic, unattainable** (*sans défaut, irréaliste, inaccessible*)
- **cosmetic surgery, a make-over** (*la chirurgie esthétique, un relooking*)
- **to conform to / to challenge a norm** (*se conformer à / remettre en cause une norme*)

Phrase utile : **Beauty standards are socially constructed: what was considered beautiful in 1850 is not what is considered beautiful today.** (Les canons de beauté sont des constructions sociales : ce qui était jugé beau en 1850 ne l'est plus aujourd'hui.)

## Body shaming et body positivity

Le **body shaming** consiste à humilier quelqu'un à cause de son corps : poids, taille, peau, cheveux. Il peut se produire à l'école, en ligne (*cyberbullying*) ou même dans les médias. À l'inverse, le mouvement **body positivity** défend l'idée que tous les corps méritent le respect. Il trouve ses racines dans les mouvements d'acceptation des années 1960 aux États-Unis et s'est largement diffusé sur les réseaux sociaux à partir des années 2010, avec des mots-clics, des photos sans retouche et des mannequins de toutes tailles.

| Body shaming                    | Body positivity                        |
|---------------------------------|----------------------------------------|
| to mock, to make fun of someone | to accept / to embrace one's body      |
| a hurtful comment, an insult    | to celebrate diversity                 |
| to feel ashamed, humiliated     | to feel comfortable in one's own skin  |
| an eating disorder              | self-love, self-acceptance             |
| a troll, a hater                | a role model, inclusive representation |

Le débat existe aussi au sein du mouvement. Certains lui reprochent d'être récupéré par la publicité, d'autres préfèrent parler de **body neutrality** : ne pas forcément aimer son corps, mais cesser d'en faire le centre de sa valeur. **Your body is not a project to fix; it is the place where you live.** (Ton corps n'est pas un projet à réparer, c'est l'endroit où tu vis.)

### ATTENTION

*To be ashamed* = avoir honte ; *shameful* = honteux (qui fait honte) ; *shameless* = sans gêne. Et *a complex* existe, mais on dit plus souvent **to be self-conscious about one's nose** pour « être complexé par son nez ».

## Mode et identité : se montrer aux autres

Les vêtements ne servent pas seulement à se couvrir : ils disent à quel groupe on appartient ou au contraire de quel groupe on se distingue. Le Royaume-Uni a vu naître de nombreuses **subcultures** (cultures alternatives) qui ont utilisé la mode comme manifeste :

- les **mods** des années 1960, en costumes ajustés et scooters ;
- les **punks** des années 1970, avec épingles à nourrice, crêtes et vestes en cuir, pour choquer et rejeter l'ordre établi ;
- les **goths**, tout en noir, dans les années 1980 ;
- aujourd'hui, la **gender-neutral fashion** (mode non genrée) ou le **streetwear**.

À l'opposé, l'**uniforme scolaire**, très répandu au Royaume-Uni, efface volontairement les

différences : ses défenseurs disent qu'il réduit la pression liée aux marques, ses opposants qu'il bride l'expression de soi. Le débat est idéal pour un essai.

#### VOCABULAIRE CLÉ

- **to express oneself / one's personality** (*s'exprimer / exprimer sa personnalité*)
- **a dress code, a school uniform** (*un code vestimentaire, un uniforme scolaire*)
- **trendy, fashionable / old-fashioned** (*à la mode / démodé*)
- **to belong to a group, a sense of belonging** (*appartenir à un groupe, le sentiment d'appartenance*)
- **fast fashion, second-hand clothes** (*mode jetable, vêtements d'occasion*)
- **haute couture / ready-to-wear** (*la haute couture / le prêt-à-porter*)
- **high-street fashion, a high-street brand** (*la mode grand public, une enseigne de centre-ville*)
- **a fad, a passing trend, to go out of fashion** (*une lubie, une mode passagère, passer de mode*)

Phrase utile : **Ready-to-wear made fashion affordable, but high-street brands now copy catwalk looks so fast that each fad lasts only a few weeks.** (*Le prêt-à-porter a rendu la mode accessible, mais les enseignes grand public copient si vite les défilés que chaque lubie ne dure que quelques semaines.*)

## Méthode : parler de la représentation de soi à l'oral et à l'écrit

1. **Présenter le document** : This document is a photo / an advert / an article taken from... It deals with...
2. **Décrire et comparer** : On the left... whereas on the right... The picture has obviously been edited.
3. **Relier à l'axe** : This illustrates the pressure that social media put on teenagers' self-image.
4. **Donner ton avis avec nuance** : On the one hand, filters can be fun; on the other hand, they create unrealistic expectations.
5. **Conclure** : All in all, being yourself requires courage in a world of images.

#### ASTUCE

Pour exprimer une opinion avec finesse, varie les formules : **As far as I'm concerned..., It seems to me that..., I strongly believe that..., I'm not convinced that...**

## L'essentiel à retenir

#### POUR RETENIR

- L'axe interroge le lien entre **self-image** et regard des autres : **to fit in** ou **to**

**stand out.**

- Les **beauty standards** changent selon les époques : pâleur victorienne, préraphaélites, flappers, minijupe, filtres ; les **beauty pageants** les mettent en scène et en débat.
- **Body shaming** = humilier pour le physique ; **body positivity** = accepter et respecter tous les corps.
- La mode est un langage : subcultures (mods, punks, goths) contre uniforme scolaire.
- Méthode : présenter, décrire, relier à l'axe, nuancer, conclure.