

FICHE INTRODUCTIVE

À DESTINATION DES MÉDIAS

Image/Mirage est une initiative de promotion de la santé visant à favoriser l'image corporelle positive et l'estime de soi dans la population. Ce projet est porté par le Service de santé publique du canton de Neuchâtel et Unisanté dans le canton de Vaud. Image/Mirage s'adresse principalement aux professionnel·les des médias.

01 COMPRENDRE LA THÉMATIQUE ET SON LIEN AVEC LA SANTÉ LA PROMOTION D'UNE IMAGE CORPORELLE POSITIVE EST UNE QUESTION DE SANTÉ PUBLIQUE

La satisfaction d'une personne à l'égard de son corps est liée au sentiment global d'estime de soi. Elle a une importance capitale dans la façon dont la personne se sent et se perçoit.

L'estime de soi se construit à travers le regard que l'on porte sur soi, le regard que les autres portent sur nous et à travers les modèles proposés par la société. Une image corporelle négative peut favoriser le développement d'autres problèmes psychologiques, notamment des dérèglements alimentaires voire des troubles psychiques plus graves tels que des troubles du comportement alimentaire ou des symptômes dépressifs.

Une attention excessive de son image corporelle peut avoir un impact sur la santé des personnes concernées.

Pour aller plus loin : Poids corporel sain chez les enfants et les adolescents. Dominik Steiger, evaluateSCIENCE AG Promotion santé suisse. 2018



30 à 50 % des 6 à 12 ans se déclarent mécontents de leur aspect physique.

(L'image corporelle positive chez les adolescents. Promotion Santé Suisse. 2014)

02 L'IMAGE CORPORELLE ET LES MÉDIAS

La survalorisation des corps jeunes et minces est présente non seulement dans la publicité, mais aussi dans tous les autres canaux de communication et ce pour parler de sujets très divers qui n'ont pas forcément un lien direct avec le corps.

Plusieurs facteurs influencent positivement ou négativement l'image que l'on a de soi et de son corps. L'exposition répétée à des modèles plutôt minces pour les filles et musclés pour les garçons peut produire un sentiment d'inadéquation. Ces modèles peu diversifiés et peu réalistes, par leur omniprésence, s'imposent comme « la norme » à suivre. L'impossibilité d'y correspondre génère de la souffrance. Ce besoin de correspondre aux modèles véhiculés par la société et les médias est d'autant plus fort chez les adolescent·es en pleine construction d'identité personnelle, donc plus perméables aux messages et aux images proposés.

Pour aller plus loin : L'image corporelle positive chez les adolescents. Dr Christine Forrester-Knauss, psychologue, Clinique Schützen, Rheinfelden. Promotion Santé Suisse. 2014