

FICHE THÉMATIQUE : AMALGAMES ET IMAGE CORPORELLE 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·le·s des médias.

01 COMPRENDRE LA THÉMATIQUE ET SON LIEN AVEC LA SANTÉ

UNE QUESTION D'AMALGAME, DE STÉRÉOTYPES ET DE DISCRIMINATION

Les stéréotypes participent à l'opinion publique. **Idées toutes faites** sur des personnes, elles les classent en fonction de leur sexe, leur métier, leurs caractéristiques physiques ou leurs capacités. Ces représentations sont souvent **péjoratives, réductrices, discriminatoires et avec un message unique.**

Pour aller plus loin : [Amossy R, Pierrot A-H, Clichés, stéréotypes et littérature, 2021](#)

L'amalgame est une généralisation abusive, une association entre des groupes, des personnes et des idées différentes avec le désir de tromper et de discréditer.

02 MON RÔLE EN TANT QUE MÉDIA

Les amalgames peuvent être **véhiculés involontairement dans les médias**. Le risque est de discriminer et d'entretenir la stigmatisation de groupes ou de personnes par une généralisation et une banalisation des normes socioculturelles. Les publicités et les représentations diffusant les stéréotypes (mannequins, croyances, descriptions physiques, termes infantilissants) **les renforcent et encouragent le public à s'y conformer.**



Dans les articles :

- Les **hommes et les femmes avec un même métier ne sont pas décrits de la même façon** : 70% des articles sur les femmes évoqueraient des termes en lien avec l'émotion avec des réactions vives, incontrôlées. Elles sont souvent décrites par leur physique ou leur tenue vestimentaire. Les hommes sont souvent uniquement décrits par leurs compétences.

Pour aller plus loin : [Institut de recherches et de formations et laboratoire d'idées sur l'égalité dans les médias, DécadréE, Femmes et Médias](#)

- La majorité des **articles sur l'obésité blâme les personnes pour leur poids.**

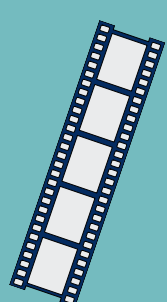
Pour aller plus loin : [Extenso, Centre de référence sur la nutrition de l'Université de Montréal, étude sur 751 articles du NY Times portant sur l'obésité](#)

Dans les publicités, émissions de télévision, films : les personnages sont dans **des rôles stéréotypés et réducteurs** : hommes célibataires qui privilégient les conquêtes plutôt que l'intimité d'un couple (79% des représentations masculines) et femmes séductrices, soumises, mère au foyer, femme objet.

Dans les films d'animation Disney ou hollywoodien les hommes sont beaux, musclés et un comportement protecteur, dominant, compétitif. Les femmes sont belles, minces, ont des comportements de douceur.

Dans les émissions de télé-réalité : les **candidat.es ont des rôles stéréotypés**. Les femmes sont des « bimbo » et les hommes ont des traits considérés comme « masculins » : virils, forts, musclés.

Pour aller plus loin : [Habilo Média, Centre régional d'Information et de prévention du sida pour la santé des jeunes d'Ile-de-France \(Crips\)](#)



AMALGAMES ET CONFUSIONS AUXQUELS ÊTRE ATTENTIFS	CONSÉQUENCES SUR LA SANTÉ MENTALE ET PHYSIQUE DU PUBLIC	BONNES PRATIQUES POUR AMÉLIORER LES REPRÉSENTATIONS
<p>Beauté et compétence : « ce qui est beau est bon »</p> <p>Les qualités positives et les compétences sont souvent attribuées aux personnes considérées comme « belles » selon la société (meilleures aptitudes scolaires, plus attirantes).</p> <p><i>Pour aller plus loin : Galland O., Jeunes : les stigmatisations de l'apparence, 2006</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> • Stigmatisation des apparences. • Discrimination à l'embauche selon la beauté perçue. • Préjugés intériorisés par les populations. 	<p>Mettre en avant les qualités et compétences lors des descriptions d'articles et non l'apparence physique.</p> <p>Ex : Mettre en avant les compétences et qualités des personnes que l'on décrit sans s'attarder sur des traits physiques, des caractéristiques. Se demander si cela apporte vraiment une information importante à l'article.</p>
<p>Compétence et genre</p> <p>Les hommes les plus beaux seraient plus confiants, autonomes, décidés et équilibrés. Les femmes les plus belles seraient plus douces, fragiles, pures, réceptives.</p> <p>Il y aurait des qualités « masculines » : être fort, dominant, énergique, indépendant, aventureux. D'autres « féminines » : la modestie, la discrétion, la patience, l'absence d'orgueil.</p> <p>Un critère de beauté et de compétence est le corps musclé. Les sports encouragés selon le genre ne sont pas identiques.</p> <p><i>Pour aller plus loin : Amossy R., Pierrot A-H., Clichés, stéréotypes et littérature, 2021 ; Gouvernement du Québec ; Centre canadien d'éducation aux médias et de littérature numérique, Habilo Médias</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> • Diffusion des stéréotypes de genre, d'idéaux corporels normés. • Catégorisation des personnes selon leur genre. • Adoption de comportements selon le genre. • Impact : le choix de profession, l'attitude face aux partages des tâches, la vie affective et amoureuse, le développement. <p><i>Pour aller plus loin : Centre Régional d'Information et de Prévention du Sida et pour la Santé des Jeunes d'Ile-de-France - CRIPS, 2022, Egalité Fille – garçon</i></p>	<p>Porter attention aux choix des photographies et des illustrations : représenter toutes et tous dans des métiers, des positions professionnelles ou avec des comportements, sans distinction du genre, de capacités physiques ou intellectuelles. Ces réflexions limiteront la diffusion de stéréotypes (femmes au foyer, homme loin de sa famille, etc.).</p>
<p>Minceur – bonne santé : « Les personnes obèses ne font pas d'effort »</p> <p>Les personnes grosses auraient un manque de volonté pour changer leurs habitudes de vie. Elles seraient paresseuses, inactives et mangeraient mal par manque d'autodiscipline.</p> <p><i>Pour aller plus loin : Image corporelle saine – Healthy Body Image 2013, Promotion Santé Suisse, document de travail 3 ; Galland O., Jeunes : les stigmatisations de l'apparence, 2006</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> • Risque de discriminations. • Diffusion des préjugés grossophobes. • Intégration des normes par le public • Diminution de l'estime de soi des personnes ne correspondant pas aux normes : mauvaise image corporelle, augmentation des comportements à risques pour leur santé. 	<p>Faire attention aux choix du langage, des mots, des images.</p> <p>Sensibiliser et renforcer l'estime et l'acceptation du public-cible.</p> <p>Ex : ne pas associer un adjectif négatif ou une idée négative avec un type de corps</p> <p>Encourager le public à se nourrir de manière équilibrée (sans injonctions).</p> <p>Evoquer les facteurs biologiques, sociaux et environnementaux qui expliquent l'obésité.</p>

04 RESSOURCES POUR ALLER PLUS LOIN

- Site de [DécadréE](#) : kit et recommandations
- [Centre régional d'Information et de Prévention du sida et pour la Santé des jeunes d'Ile-de-France](#) (Crips) – Comprendre la notion d'égalité et de respect dans les relations filles / garçons
- [Fédération Wallonie – Bruxelles](#) : Stéréotypes, préjugés et discriminations sexistes
- [L'approche Equilibre](#), Québec
- [Habilo Médias](#) : principaux stéréotypes masculins dans les médias, Hommes et la masculinité
- [Jeunesse, j'écoute](#), Comprendre les stéréotypes, préjugés et la discrimination