

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

LE BODYSHAMING : UNE CRITIQUE DES CORPS

Le **bodyshaming** est la critique d'une personne fondée sur la forme, la taille ou l'apparence de son corps (Cambridge Dictionary). On peut le traduire par « **humiliation du corps** » . (L'internaute)

Le bodyshaming n'a pas une définition scientifique claire mais une étude a montré que, ce dernier entretient une vision honteuse et négative de certains corps. C'est un acte, pas nécessairement répété, dans lequel une personne ou soi-même exprime des commentaires et des opinions non sollicités et principalement négatifs sur un corps sans intention de nuire. Les commentaires peuvent être sur le poids, la morphologie, la taille, le style vestimentaire, la coiffure, le maquillage, etc. Celui-ci peut toucher les personnes de tout âge, sexe, taille et forme. (Bodyshaming, an exploratory study on its definition and classification, C. Schlüter, G. Kraag, J. Schmidt, International Journal of Bullying prevention, 2021)

Le bodyshaming peut **impacter péjorativement la santé mentale** en entraînant une image corporelle négative. Il peut pousser à développer un rapport dégradant au corps, des sentiments de honte ou de dégoût envers soi-même.

Subir du bodyshaming **augmenterait la production de cortisol, hormone du stress**. De manière répétée cela entraîne donc un **stress chronique**, un **mauvais sommeil** et une **hausse des comportements à risque** comme l'augmentation de la consommation de substances, le suivi de « modes » ou de « challenges » pour maigrir ; des troubles de l'alimentation, etc. (Fat shaming is making people sicker and heavier, Lauren Vogel, CMAJ, 2019). Les risques pour la santé peuvent être nombreux et peuvent toucher à la fois à la santé mentale (baisse d'estime de soi, isolement, pensées suicidaires) et la santé physique (boulimie, anorexie, sport excessif, etc.).

45%

des Européen.ne.s se sont senti·es humilié·es sur la base de leur apparence physique par les collègues de travail, 25% par les ami·e.s, 19% par la famille. 26% l'ont été par des personnes inconnues.

Yougov, Le Body Shaming en Europe, G. Petit, C. Cognard, 2019

8/10

adolescent.e.s ont été victimes de moqueries au sujet de leur corps, le plus souvent sur les réseaux sociaux.

Macif, Le bodyshaming chez les ados et ses impacts sur leur santé mentale, Maryline Hamon, 2021

Ces problèmes sont exacerbés au moment de l'adolescence, période où le corps est lié à la construction de l'identité. Les jeunes confrontés à du bodyshaming sont moins susceptibles de créer ou de maintenir des amitiés. L'anxiété sociale peut entraîner des attitudes d'évitement social et un isolement. (Bodyshaming, an exploratory study on its definition and classification, C. Schlüter, G. Kraag, J. Schmidt, International Journal of Bullying prevention, 2021)

Les impacts peuvent donc être **immédiats** : phobie scolaire, troubles alimentaires, dépression mais ils peuvent aussi être visibles à **long terme**. 30% des victimes de moqueries qui avaient entre 11 et 17 ans ont des conséquences sur leur vie adulte avec une image corporelle négative et une estime de soi plus basse (Le body shaming chez les ados et ses impacts sur leur santé mentale, Maryline Hamon, Macif, 2021). Ainsi le bodyshaming peut augmenter les risques d'automutilation et comportements suicidaires.

SLUT SHAMING

Le **slut shaming** est une contraction de slut (« salope » en anglais) et shaming (« honte » en anglais). C'est une forme d'humiliation visant une culpabilisation autour de **l'habillement et du comportement** d'une personne, le plus souvent du genre féminin (*Conseil du statut de la femme, Québec, 2022*). La tendance à se conformer à la norme et aux attentes des autres peut entraîner une **baisse de l'estime de soi, un isolement** ainsi qu'une **hausse du risque de dépression et des tentatives suicidaires**. (*Stigmatisation sexuelle : le concept de slutshaming, Université de Lausanne, 2021*)



SKINNY SHAMING

Le **skinny shaming** ou la « honte » **des maigres** (« skinny » en anglais) est basé sur des commentaires négatifs envers les personnes **jugées trop minces ou trop maigres** selon la norme. Les **critiques peuvent être indirectes** : « cette personne doit manger, car elle a la peau sur les os », ou même beaucoup plus **directes** : « est-ce que cette personne est anorexique ? ». Les garçons peuvent en être victimes : pour eux, la norme consiste à avoir un corps musclé. Ce type de discrimination, tout comme les félicitations destinées aux corps minces, peut engendrer des troubles de l'alimentation. (*Qu'est-ce que le skinny shaming, On en jase, Stop Bodyshaming, 2019*)

FAT SHAMING

Le **fat shaming** est la « honte » **des personnes considérées comme grosses** (« fat » en anglais). C'est une **dévalorisation ou une stigmatisation** qui peut **augmenter l'insatisfaction corporelle** (distorsion de l'image) et les **troubles de l'alimentation** (tri des aliments, régimes, boulimie mentale ou hyperphagie boulimique). La santé mentale peut alors être affectée (dépression, anxiété). Le fat shaming renforce le stéréotype que le poids dépend de la volonté des personnes à suivre un régime alors qu'il est lié à des causes complexes et multifactorielles comme les facteurs environnementaux ou socio-économiques. (*Fat shaming : zoom sur une stigmatisation quotidienne à l'occasion de la journée européenne de l'obésité, Huffingtonpost, Marine Le Breton, 2014*)



02 LE BODYSHAMING DANS LES MÉDIAS

Les représentations véhiculées par les médias sont principalement celles de **personnes jeunes, minces, musclées, non-handicapées et blanches**. Le bodyshaming dans les médias peut être aussi transmis par les textes ou les titres qui sont choisis et pas uniquement par les images. Encourager les régimes, évoquer un aspect physique pour décrire une personne tels que l'âge, le poids ou une autre caractéristique physique est une forme de bodyshaming. (*Bodyshaming, an exploratory study on its definition and classification, C. Schlüter, G. Kraag, J. Schmidt, International Journal of Bullying prevention, 2021*). Diffusés à grande échelle, les stéréotypes sont alors renforcés et engendrent des insatisfactions corporelles. (*Les filles veulent perdre du poids, les garçons gagner du muscle, Promotion Santé Suisse, 2017*).

Cependant, les médias peuvent avoir un rôle important à jouer en faisant attention aux choix des mots et des images, les médias peuvent faire la promotion d'une représentation plus diversifiée et respectueuse des corps, en mettant en avant des histoires positives et en encourageant une culture de l'amour de soi et de l'acceptation de soi et de l'autre. En effet, pour les utilisateur.rice.s, être exposé.e.s au moins une fois dans la journée à des contenus neutres ou à une image corporelle positive améliore la santé mentale et réduit l'insatisfaction corporelle. (*Small Exposures to Body Positive Content Can Improve Body Image, University of New South Wales, 2023*)

LE BODYSHAMING EN LIGNE

Un sondage mené par Yahoo Health en 2016 a montré que, sur les 2000 participants.e.s âgé.e.s de 13 à 64 ans, **94 % des jeunes filles et 64 % des jeunes hommes ont été humilié.e.s en ligne en raison de leur corps.** ([Yahoo Health's body-positivity survey](#), 2016)

La cyberintimidation peut être basée sur du bodyshaming, ainsi **1 jeune fille sur 5 âgée entre 12 et 15 ans a déjà été insultée en ligne sur apparence physique comme son poids, sa taille ou autre.** (*Le body shaming chez les ados et ses impacts sur leur santé mentale*, Maryline Hamon, [Macif](#), 2021).

Cependant, la cyberintimidation est définie comme un acte délibéré et répété au fil du temps, par source électronique et sur une victime qui n'est pas en mesure de se défendre. Elle peut ne pas uniquement être centrée sur l'apparence corporelle d'une personne. ([Bodyshaming, an exploratory study on its definition and classification](#), C. Schlüter, G. Kraag, J. Schmidt, *International Journal of Bullying prevention*, 2021).



03 EXEMPLES CONCRETS LES BONNES PRATIQUES

APPROCHES RESPECTUEUSE DES CORPS ET DES DIVERSITÉS

Aujourd'hui, on parle plutôt de « **body positivity** » ou d'une **image corporelle positive**. L'idée est de prôner le **respect et la valorisation** de tous les corps ([Promotion Santé Suisse](#), 2017). On cherche ainsi à représenter tous les corps au naturel pour lutter contre les standards de beauté. Ceci va permettre aux personnes d'instaurer une relation saine envers leur corps, de développer leur estime de soi et de se construire hors des définitions des corps normés souvent diffusées par les médias. (« [Body positive movement: Consumerist revolution?](#) », Taylor et Francis, *ScienceDaily*, 2014)

Quand avoir une image corporelle positive et aimer son corps est difficile, une autre approche est le « **body neutrality** ». ([Qu'est-ce que la neutralité corporelle et comment peut-elle m'aider à bouger pour le plaisir ?](#), Equilibre, 2021). Il s'agit d'acceptation ou de **neutralité corporelle en se concentrant sur l'écoute** de son corps et la possibilité de vivre sans avoir à penser à son corps, que ce soit d'une manière positive ou négative. La neutralité corporelle **recentre le corps sa fonctionnalité** : ce que le corps peut faire au-delà de son apparence. ([La neutralité corporelle, une nouvelle voie possible pour être mieux dans sa peau](#), Radio Canada, 2022)

EXEMPLE DE PUBLICITÉS INCLUSIVES

[Asos](#) (sans retouche, grandes tailles, inclusivité des personnes en situation de handicap, unisexe) ; [Dove](#) (campagne #ShowUs : des femmes de 39 pays différents, sans retouche, grandes tailles, inclusivité des personnes avec des maladies de peau) ; ...

PINTEREST INTERDIT LES PUBLICATIONS

LIÉES À LA PERTE DE POIDS

La plateforme Pinterest a **interdit toutes les publications en lien avec la perte de poids, la promotion des régimes ou de produits et techniques d'amaigrissement**. Les effets semblent déjà positifs : les recherches contenant le terme « perte de poids » ont diminué de 20 % en mai 2022 par rapport à juillet 2021. ([Pinterest interdit toutes les publicités sur la perte de poids](#), *Le Matin*, 2021)

04 RESSOURCES POUR ALLER PLUS LOIN

- Des comptes Instagram : [GingerChloé](#) (FRA), [Body Neutrality Iris](#) (CH)
- Des structures : [Unisanté](#), Service de la santé publique (SCSP) du [Canton de Neuchâtel](#)
- Youtube : les séries de vidéos de [Cher Corps](#), par Léa Bordier ; [Est-ce qu'il faut être viril pour plaire ?](#) Yadebat
- La série photo [Wait Watchers](#) de Haley Morris-Cafiero
- Des ressources :
 - [Bodyshaming, an exploratory study on its definition and classification](#), Constanze Schlüter, Gerda Kraag & Jennifer Schmidt, *International Journal of Bullying prevention*, 2021
 - [Macif](#), *Le body shaming chez les ados et ses impacts sur leur santé mentale*, Maryline Hamon, 2021
 - [Small Exposures to Body Positive Content Can Improve Body Image](#), University of New South Wales, 2023