

LA MINCEUR EST DEVENUE UN IMPÉRATIF CULTUREL TRÈS LARGEMENT VÉHICULÉ PAR LES MÉDIAS IMPRIMÉS ET ÉLECTRONIQUES AINSI QUE PAR L'INDUSTRIE DE LA MODE. L'ÉCHO SE RÉPERCUTE ÉGALEMENT TROP SOUVENT DANS LES FAMILLES, CHEZ LES AMIS ET MÊME PARFOIS PARMIS LES PROFESSIONNELS DE LA SANTÉ ET LES ENSEIGNANTS QUI ADOPTENT DES ATTITUDES NÉGATIVES VIS-À-VIS DES GROSSES PERSONNES.

PRÉSENTÉE COMME UNE NORME DE BEAUTÉ FÉMININE ET DE RÉUSSITE, LA FEMME MÉDIATIQUE A UN CORPS LONGILIGNE, MINCE ET FERME. BIEN QUE 95% DES FEMMES NE CORRESPONDENT PAS À CETTE IMAGE, PLUSIEURS METTRONT BEAUCOUP D'EFFORTS POUR Y PARVENIR AFIN DE NE PAS SE SENTIR EXCLUES ET MARGINALISÉES.

Faites contrepooids

POURQUOI IL EST IMPORTANT DE RÉAGIR

- ▶ pour s'attaquer à l'image sociale des femmes que les médias nous transmettent;
- ▶ pour combattre les formes les plus insidieuses que peut emprunter la violence faite aux femmes.
- ▶ pour obliger les institutions à véhiculer des messages qui favorisent l'acceptation de la diversité des formats corporels;

Car en valorisant ainsi la minceur, on dénigre la grosseur. Nous devons prendre la parole pour rétablir les faits et revendiquer des changements.

EXPRIMER NOTRE OPINION NOUS PERMET D'EXERCER NOTRE POUVOIR.

- ▶ Une lettre représente l'opinion de 1000 personnes !
- ▶ Un téléphone représente l'opinion de 100 personnes !
- ▶ Les médias sont attentifs aux commentaires de leur public !

Seule ou en petit groupe, inspirez-vous de cet outil pour bâtir une argumentation efficace et rédiger une lettre aux instances concernées. Vous retrouverez aussi les particularités qui s'appliquent à chacun des médias concernés.

VOICI UN EXEMPLE où madame Une Telle réagit, indignée de retrouver cet exercice dans le cahier d'activités de son enfant :

GRANDE FORME
Qu'est-ce qu'il a mangé pour avoir si bonne mine ?



Ville, Date

☞ Indiquez le ou la destinataire de votre lettre.

La Maison d'Édition

L'adresse complète

☞ Identifiez-vous.

☞ Exprimez le but de votre lettre : dites que vous voulez réagir à, remettre en question, clarifier certains éléments, apporter des faits nouveaux, démentir, etc.

☞ Citez le contexte de ce que vous voulez dénoncer : donnez la référence, une description, un extrait ou une citation.

J'aimerais vous faire connaître ma réaction et clarifier certains éléments au sujet d'une fiche d'activité contenue dans le manuel scolaire son nom, utilisé à la maternelle et intitulé : le titre.

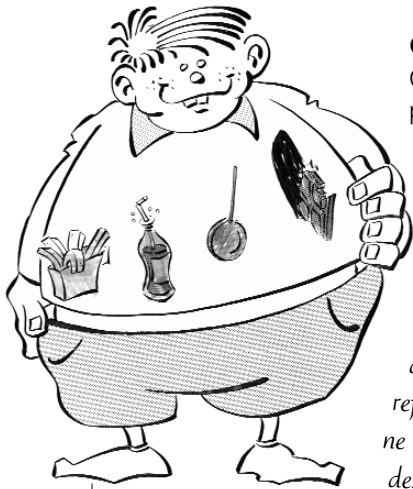
Cette fiche d'activité présente deux garçons. Le premier, – GRANDE FORME – représente un garçon mince, d'allure sportive. Le second, – GROS VENTRU – représente un gros garçon à l'air niais. L'élève doit découper, coller et associer des images d'aliments plus ou moins sains à la corpulence des garçons proposés.

☞ Identifiez les préjugés et démontrez les associations entre la grosseur et des qualificatifs négatifs. Faites ressortir l'aspect insidieux de certaines remarques, l'affirmation cachée qui détermine le propos méprisant de l'article ou de la publicité. Demandez sur quels faits l'auteur ou l'auteure s'est basé pour affirmer ses dires ; demandez des preuves.

☞ Donnez des arguments, vous pouvez vous référer au document qui accompagne cet outil.

Il est tout à fait louable de vouloir inculquer de bonnes habitudes alimentaires aux jeunes enfants et de les inciter à manger une pomme plutôt que des frites et des sucreries. Le problème se situe au niveau de l'image véhiculée pour illustrer la notion que l'on veut traiter. Le message suggère que le gros garçon ait une mauvaise alimentation et qu'il est passif, voire paresseux ; alors que le garçon mince est actif et s'alimente sainement. Cette idée est largement répandue dans notre société, tellement courante qu'on ne se questionne même plus sur l'exactitude d'une telle affirmation. Comme si le poids d'un individu était nécessairement la résultante des aliments qu'il ingère.

Une étude rapportée dans *The New England Journal of Medicine*, en 1990, déclare que les influences génétiques sont responsables de 70 % des différences dans l'indice de masse corporelle ultérieure des sujets et que l'environnement durant l'enfance a peu ou pas d'influence. De plus, selon une expérience citée dans *Women and Weight: A Normative Discount*, 1984, « en comparant deux sujets de même sexe, âge, poids et niveau d'activité physique, on a découvert qu'un des deux pouvait manger deux fois plus que l'autre alors que tous deux maintenaient un poids stable. »



GROS VENTRU

Qu'est-ce qu'il a mangé
pour avoir si mauvaise mine ?

De plus, en demandant aux enfants de dire pourquoi le gros garçon a si mauvaise mine, on lui donne la responsabilité de tous ses malheurs présents et à venir. S'il ne veut pas être ridiculisé et rejeté par ses pairs, il n'a qu'à mieux manger. On renforce ainsi le préjugé que les grosses personnes ne sont pas belles, sont en mauvaise santé, sont paresseuses, ont une valeur sociale moindre que celle des minces.

✍ Dites ce que ça vous fait vivre : vous vous sentez choquée, agacée, blessée, irritée, dégoûtée, indignée, triste, déçue, etc.

Je suis fortement en désaccord avec ce message véhiculé auprès de si jeunes enfants. Ce message est largement renforcé par la publicité à laquelle les enfants seront exposés sans cesse au cours de leur développement. Je suis très peinée de constater que de nombreux enfants gros ont dû subir l'épreuve de cette activité sûrement traumatisante. Par une telle activité, ils ont été confrontés à cette image négative de leur corps et ils ont sans doute dû subir bien des moqueries de leurs camarades.

✍ Faites part de vos attentes : voir retirer ou modifier ces publicités douteuses, erronées ou mensongères; voir corriger ces articles inexacts; voir votre lettre publiée à la section « opinion ».

J'espère que la maison d'édition Son nom comprend et partage mon point de vue et qu'elle agira en conséquence en retirant cette fiche d'activité du manuel scolaire dans les éditions futures.

✍ Remerciez.

✍ Exprimez votre désir de communiquer avec les personnes concernées pour discuter plus en profondeur de cette question. Vous pouvez exiger une réponse dans les dix jours et assurer un suivi.

Je vous remercie de votre collaboration et suis disponible en tout temps pour discuter davantage des nombreuses répercussions de ces problématiques omniprésentes et insidieuses que sont l'obsession de la minceur et l'oppression de la grosseur.

✍ Signez la lettre et donnez vos coordonnées si vous souhaitez une réponse.

✍ Dites à qui d'autres votre lettre est envoyée - copie conforme à...

*Madame Une Telle,
Adresse personnelle*

COPIES CONFORMES :
Ministère de l'Éducation,
MédiAction, École concernée,
Réseau québécois d'action
pour la santé des femmes

FAITES CONTREPOIDS

LA PUBLICITÉ

Le document *La représentation des femmes et des hommes dans la publicité* publié en 1994, par la *Fondation canadienne de la publicité* décrit le contenu des lignes directrices à respecter en matière de publicité. Le **point 5** traite de la **diversité**. On y mentionne ceci : « De plus, lorsque la création publicitaire s'enclenche, elle devrait chercher à présenter des femmes et des hommes d'âges divers, **d'allure** et d'antécédents différents » (p. 8). Vous pouvez citer cet article pour étoffer votre argumentation.

S'il s'agit d'une publicité écrite faites-en une photocopie. S'il s'agit d'une publicité radiophonique ou télévisuelle, précisez le nom de la publicité, la date et l'heure précise de diffusion ainsi que le média utilisé – chaîne télévisée, poste radiophonique, journal, ou revue.

Comment acheminer une plainte

Vous devez formuler une plainte par lettre et l'acheminer aux instances concernées :

- Au vendeur : c'est-à-dire à l'entreprise qui fabrique le produit.
- Au média : qui fait la promotion du produit.
- Les normes canadiennes de la publicité
4823 ouest, rue Sherbrooke, suite 130
Montréal, Québec
H3Z 1G7
Téléphone : (514) 931-8060
Télécopieur : (514) 931-2797
www.canad.com

LES JOURNAUX ET LES REVUES

Si vous voulez dénoncer un article, un reportage, faites-en une photocopie et indiquez la référence bibliographique : nom de l'auteur, titre de l'article, nom de la revue ou du journal, le jour ou le mois de publication.

Comment acheminer une plainte

- À la rédactrice ou au rédacteur en chef : vous retrouverez les noms et adresses dans les premières pages du journal ou de la revue.
- Vous pouvez également demander que votre lettre soit publiée dans le courrier des lecteurs et lectrices.

*L'équipe ayant participé
à l'élaboration de ce document :*

*Michèle Boivin, Élisabeth Collett,
Lyne Desjardins, Diane Lesage,
Danielle Routhier, Isabelle Tardif.*

LES ÉMISSIONS TÉLÉVISÉES ET RADIOPHONIQUES

Vous voulez formuler une plainte à la suite de propos tenus lors d'une émission de télévision ou de radio ? Vous devez alors indiquer le titre de l'émission, la date et l'heure précise de diffusion ainsi que le nom de la chaîne télévisée ou du poste radiophonique.

Comment acheminer une plainte

- Au média concerné : service à l'auditoire.
- Conseil de la radiodiffusion et de télécommunications canadiennes
1800, Mc Gill Collège, bureau 1920
Montréal, Québec
H3A 3J6
Téléphone : (514) 283-6607
Télécopieur : (514) 283-3689
- Conseil canadien des normes de la radiotélévision
P.O. 3265, Station D
Ottawa, (Ontario)
K1P 6H8
Téléphone : (613) 233-4607
Télécopieur : (613) 238-1734
www.ccnr.ca

• • •

Des copies conformes peuvent être acheminées aux instances suivantes :

- Conseil du statut de la femme :
pour les publicités qui concernent
l'image des femmes et les stéréotypes sexuels.
A/S Comité contre le sexisme
8, rue Cook
Québec, Québec
G1R 5J7
Téléphone : (418) 643-4326
Télécopieur : (418) 643-8926
- MédiAction : cet organisme à but non lucratif dénonce le caractère sexiste et violent des images véhiculées dans les médias.
C.P. 622, Succursale Outremont
Outremont, Québec
H2V 4N6
Téléphone : (514) 271-5704
Télécopieur : (514) 271-8914
- Réseau Québécois d'action pour la santé des femmes.
110, rue Ste-Thérèse, bureau 203
Montréal, Québec
H2Y 1E6
Téléphone : (514) 877-3189
rqasf@rqasf.qc.ca

RÉSEAU QUÉBÉCOIS
D'ACTION
POUR LA SANTÉ
DES FEMMES



110, rue Sainte-Thérèse
Bureau 203
Montréal QC H2Y 1E6
514•877•3109
rqasf@rqasf.qc.ca

REPRODUCTION PERMISE EN CITANT LA SOURCE