

# Éduquer les filles aux médias

## Ce que tout le monde doit savoir

[www.lesfillesetlacybersecurite.ca](http://www.lesfillesetlacybersecurite.ca)

Les filles sont inondées par toutes sortes d'images hypersexualisées de femmes et de filles diffusées dans les médias. Elles les voient à la télévision, au cinéma, dans les vidéoclips, les paroles de chansons, les revues, les médias du sport, les jeux vidéo, Internet et les publicités.

Certains messages hypersexualisent les femmes et ciblent les filles en tant que consommatrices naïves. Bien comprendre cette dynamique peut aider les filles à naviguer dans cet univers, où la plupart des jeunes sont rompus à l'utilisation de la technologie et des médias.

### Les faits

- La sexualisation se manifeste lorsque :
  - l'estime de soi d'une personne est rattachée uniquement à son attrait ou à son comportement sexuel;
  - l'attrait physique d'une personne est déterminé en fonction de son caractère séduisant;
  - une personne est présentée comme un objet sexuel, utilisé pour les besoins sexuels d'autres personnes et est jugée incapable d'agir ou de prendre des décisions seule;
  - la sexualité est imposée à une personne.<sup>1</sup>
- En 2009, 87 % des Canadiens croyaient que les publicités plaçaient trop l'accent sur le caractère séduisant des jeunes femmes et pas suffisamment sur leurs compétences et leur intelligence.<sup>2</sup>
- Les messages sociaux au sujet du caractère désirable et de la « beauté » ont une incidence sur l'estime de soi et l'image de soi des filles. Ils peuvent donner lieu à une mauvaise image corporelle, à une faible estime de soi et entraîner des troubles de l'alimentation.<sup>3</sup>
- Les médias véhiculent beaucoup de messages au sujet de la minceur, des régimes alimentaires et de la beauté. Ces messages sous-entendent que les filles « ordinaires » ont toujours besoin de s'améliorer. Le corps d'une femme est vu comme un objet qui doit être perfectionné.<sup>4</sup>
- Les revues destinées aux femmes comptent un nombre beaucoup plus élevé de publicités et d'articles faisant la promotion de la perte de poids que les revues destinées aux hommes. Plus des trois quarts des couvertures de revues pour femmes comptent au moins un message sur la façon de changer d'apparence, au moyen d'un régime, d'exercices ou de la chirurgie esthétique.<sup>5</sup>
- Des recherches révèlent que les femmes ayant un poids inférieur à la norme sont surreprésentées dans les comédies de situation télévisées. En revanche, seulement 5 % des femmes jouant dans ces comédies ont un poids supérieur à la norme.<sup>6</sup>
- En moyenne, les mannequins sont plus grandes et ont un poids inférieur de 23 % (près du quart) à celui de la femme moyenne, qui mesure 5 pi et 4 po et pèse 148 livres.<sup>7</sup>
- L'Enquête sur les comportements liés à la santé des enfants d'âge scolaire de 2010 a révélé que de plus en plus de filles se trouvent trop grosses. En sixième année, 26 % des filles se croyaient trop grosses, et 39 % des filles de dixième année sont de cet avis.<sup>8</sup>
- En dixième année, plus de 20 % des filles canadiennes prennent des mesures pour perdre du poids.<sup>9</sup>
- La faible estime de soi répandue chez les filles découle de l'intimidation et de la diffusion constante dans les messages médiatiques et sociaux d'images

# Éduquer les filles aux médias

## Ce que tout le monde doit savoir

[www.lesfillesetlacybersecurite.ca](http://www.lesfillesetlacybersecurite.ca)

préconçues sur l'apparence et le comportement des filles.<sup>10</sup>

- Des recherches établissent un lien entre les images retouchées de corps féminins minces et jeunes et la dépression, la faible estime de soi et les mauvaises habitudes alimentaires chez les filles et les jeunes femmes.<sup>11</sup>
- Au Canada, 37 % des filles âgées de 11 ans, 42 % des filles âgées de 13 ans et 48 % des filles âgées de 15 ans avouent qu'elles changeraient leur apparence si elles le pouvaient.<sup>12</sup>

### Glossaire

- **Image corporelle** : L'image mentale que vous vous faites de votre corps. Elle comprend votre attitude et vos sentiments au sujet de votre apparence et de la façon dont vous pensez que les autres vous voient.<sup>13</sup> Une image corporelle négative peut être la cause d'une faible estime de soi, d'une mauvaise image de soi et de troubles de l'alimentation.<sup>14</sup>
  - **Hypersexualisation** : Fait de traiter les femmes et les filles, y compris soi-même, comme des objets de désir sursexualisés. On a souvent l'impression que les filles hypersexualisées sont préoccupées par les activités
- sexuelles ou qu'elles y participent. L'hypersexualisation montre les filles comme des objets sexuels. Par exemple : une photo d'une jeune fille maquillée.
  - **Estime de soi** : Perception qu'une personne a d'elle-même. Avoir une bonne estime de soi, c'est se sentir bien dans sa peau. Une faible estime de soi signifie ne pas être bien dans sa peau. L'estime de soi est essentielle pour une vie positive.
  - **Exploitation sexuelle** : Fait de traiter une jeune personne comme un objet sexuel. L'exploitation sexuelle d'une jeune personne comprend les contacts physiques, directs ou indirects, non souhaités aux fins d'activités sexuelles initiées par une personne en situation d'autorité ou de confiance. L'exploitation sexuelle des enfants (personnes âgées de moins de 18 ans) constitue une forme d'agression sexuelle des enfants. La traite d'enfants à des fins sexuelles, le tourisme sexuel, la pornographie juvénile, l'exploitation des enfants mannequins et le leurre d'enfants sur Internet constituent tous des formes d'exploitation des enfants.<sup>15</sup>
  - **Stéréotype** : Fait de juger une personne ou un groupe de personnes en fonction d'une image préconçue du groupe entier. Les stéréotypes sont souvent établis en fonction de la race, de l'âge ou de la provenance géographique.

1. American Psychological Association, Task Force on the Sexualization of Girls, Report of the APA Task Force on the Sexualization of Girls, Washington (D.C.), APA, 2010.  
2. Fondation filles d'action, Les filles au Canada aujourd'hui : Sondage national et rapport sur la condition des filles, s.l., La Fondation, 2011.  
3. Fondation filles d'action, Les filles au Canada aujourd'hui : Sondage national et rapport sur la condition des filles, s.l., La Fondation, 2011.  
4. HabiloMédias, Image corporelle chez les filles, s.d.  
5. Réseau Éducation-Médias, Beauté et image corporelle

dans les médias, 2010.  
6. HabiloMédias, Image corporelle – cinéma et télévision, s.d.  
7. Réseau canadien pour la santé des femmes, « Nos corps dans les médias », Le réseau canadien pour la santé des femmes (en ligne), 2005.  
8. Agence de la santé publique du Canada, La santé des jeunes Canadiens : un accent sur la santé mentale, Ottawa, l'Agence, 2011.  
9. Fondation filles d'action, Au-delà des apparences, Montréal, la Fondation, 2013.

10. Girls Incorporated, Agency Overview, 2011.  
11. HabiloMédias, Image corporelle chez les filles, s.d.  
12. Girls Incorporated, Agency Overview, 2011.  
13. Western Health, Mental Health & Addictions Services, Prevention and Promotion, Body Image: Information and Interactive Activities, s.l., Western Health, 2012.  
14. Réseau canadien pour la santé des femmes, « Nos corps dans les médias », Le réseau canadien pour la santé des femmes (en ligne), 2005.  
15. Manitoba, ministère des Services à la famille et du Logement, Child Sexual Exploitation, 2010.

Mise à jour en avril 2014