



L'obsession du miroir par Marjorie Martin

La société se gave de l'obsession de la beauté, elle est partout : à la télé, au cinéma, dans les publicités, etc. L'industrie des médias et celle de l'amaigrissement manipulent avec brio l'imagerie populaire, qui souvent tend à s'éloigner de la réalité. L'idéal de beauté est tellement médiatisé que la beauté est rendue aujourd'hui nécessaire pour le bien de la collectivité. Entre nous, est-ce normal? Est-ce normal que les modèles que nous voyons sur les affiches et dans les magazines s'imposent à nous comme des exemples? Et surtout, voulons-nous vraiment nous y conformer?

De nos jours, l'influence médiatique bouleverse les mentalités et porte atteinte à la vision personnelle de la beauté puisqu'elle ne met en avant que des modèles peu diversifiés. Comme ceux-ci représentent (à tort) l'épanouissement corporel, nous associons directement leur apparence à la santé, au bonheur et au succès. Ce n'est pas anodin que nous ressentions le besoin de leur ressembler afin d'atteindre une certaine harmonie physique et mentale, et ce même si le corps publicitaire et l'image stéréotypée qu'ils produisent donne une vision complètement fausse du corps. Les modèles féminins sont devenus de plus en plus minces au cours des cent dernières années, ce qui rend les femmes encore plus honteuses et mécontentes de leurs formes. C'est leur besoin de se conformer qui fait qu'elles vont quand même choisir de se baser sur ces modèles irréalistes pour définir leur idéal corporel (Clermont-Dion, 2014).

Il faut comprendre que les médias choisissent d'influencer la perception que nous avons de notre corps, car les entreprises veulent tout simplement vendre, vendre, vendre. La jeunesse, la beauté et la sexualité sont leurs armes. Même si des études démontrent que l'exposition à des images véhiculant un idéal de beauté augmente le sentiment d'insatisfaction, de colère et de dépression tout en diminuant également l'estime de soi chez les femmes, celles-ci vont quand même consommer davantage en les voyant, car elles vont intégrer l'idée que pour plaire, il faut acheter, acheter, acheter (Gauthier, 2003).

Nous vivons dans une société narcissique où le bonheur de l'individu n'a jamais été aussi important et pourtant, nous nous obligeons à obéir à des normes corporelles qui nous rendent malheureux. C'est tellement paradoxal quand on y pense. On nous dit depuis toujours qu'il faut s'accepter et s'aimer comme on est, tandis que dès qu'on est en marge de la société, qu'on est différent, on nous demande de changer, de se conformer. Il est à se demander si le monde est aussi tolérant qu'on le prétend; la société se voile-t-elle la face?

Veut-on, en tant que membres actifs de la société, continuer à valoriser le superficiel?
Voulons-nous rester esclaves de ces modèles uniques qu'on ne cesse pourtant de remettre en question?

Article révisé par Thierry Jean

Références

Clermont-Dion, L. (2014). *La revanche des moches*. Trois-Pistoles, Québec: VLB Éditeur.

Gauthier, C. (2003) *Happy Body; Aimer son corps sans condition*. Montréal, Québec: Les Éditions Québécoises.

Bennis, K., Charest-Sigouin, V., Cléroux, A. (2015) Pourquoi les femmes sont-elles si complexées?, *ELLE Québec*. Repéré à <http://www.ellequebec.com/societe/reportages/pourquoi-les-femmes-sont-elles-si-complexees/a/101929#.Vgx3H7ldHct>

Gordon, B.(2015) Pour en finir avec notre obsession de la minceur, *ELLE Quebec*. Repéré à <http://www.ellequebec.com/societe/psycho/pour-en-finir-avec-notre-obsession-de-la-minceur/a/102155#.VgxxObldHcs>

Dortier, J.F (2008). La tyrannie de la beauté, *Sciences Humaines* (195), 47-54. Repéré à https://www.scienceshumaines.com/la-tyrannie-de-la-beaute_fr_22384.html

Clermont-Dion, L (reporteur). (2015). Beauté Fatale [Reportage]. Dans St-Pierre, A. (réalisateur). Montréal, Québec : Télé-Québec.