

Histoire de couples

La pub et les pages *people* regorgent de couples. Le plus souvent, madame est ultra-mince. Parfois monsieur est très sport, mais il peut aussi arborer un double menton ou un ventre à bière. Il peut séduire à tout âge une jeune fille sans que cela suscite des questions. Quand madame est plus âgée, même de peu, c'est une «cougar» ou une maman. Les séducteurs âgés ne sont pas étiquetés comme papa vampire. Cela suscite-t-il votre curiosité sociologique?

Eva Saro, responsable de projets à la fondation images et société

fondation images et société

Votre première impression?

Cochez ce qui convient

- Pourquoi la dame blonde ouvre-t-elle la bouche si grand?
- Pour une fois Madame est plus âgée!
- Ils ont tous passés par la chirurgie numérique pendant une semaine.
- Autres pensées ou associations d'idées.



Nous baignons dans l'imagerie stéréotypée depuis l'enfance. Alors nous trouvons plutôt «normal» que dans nos médias, une femme ou un-e Noir-e ouvre grand la bouche. Energie sauvage et sexuelle? Emotionalité d'enfant? Les règles héritées des siècles passés influencent encore les codes actuels, limitant la diversité et bridant notre créativité. Les hommes sourient donc avec retenue, les brunes souvent aussi.

Quand le couple à la femme (dé)vêtue de blanc trônait dans nos villes, un assistant social irrité s'interrogeait: «Est-ce son grand-père ou son patron?» Cette imagerie était à son avis déplacée dans une société qui réagit à la sexualisation des jeunes filles et à la pédophilie.

Ce monsieur âgé et rayonnant d'une jeunesse chirurgicale n'est pas le couturier de la saison. C'est Tony Bennett, un chanteur des années 50 et 60, redevenu populaire et qui a enregistré des duos avec nombre de jeunes stars. Quand verra-t-on l'inverse sans que la femme âgée soit sanctionnée par un terme qui indique qu'elle est en territoire tabou?

Elle, l'avez-vous reconnue? Lady Gaga, chevelue mais pas échevelée en affaires. Le site de la maison de mode proposait un clip du «duo iconique et jazzy pour les fêtes de fin d'année» baignant dans le luxe. Les milieux du glamour et de la musique savent s'allier pour des campagnes publicitaires efficaces, sans que ce commerce juteux ne bénéficie aux couturières et couturiers de ces fringues vite démodées.

Quel est l'effet sur nous de ces couples médias diffusés depuis des décennies dans des attitudes allant de la sensualité convenue au porno plus ou moins chic?

Nous clamons ne pas être influencé-e-s, mais les ventes de nombreuses marques prennent l'ascenseur. Certes, nous n'achetons pas tout ce qui est vanté, mais nous nous habituons à une certaine esthétique et à des mises en scène de relationnels typés qui varient sur la forme, mais évoluent peu sur le fond. Même notre épilation intime finit par faire écho à la mode promue et en maison de quartier, des animateurs-trices et des jeunes relèvent souvent que «certains se la jouent un peu trop comme dans les clips».

Côté image de soi, diverses études font ressortir que seules 11% des jeunes filles se sentent assez à l'aise pour se décrire comme «jolies». De plus en plus de fillettes de 9 ans doivent être soignées pour anorexie, tandis que les garçons rêvent de muscles saillants. Face à la pression des images et des pairs, comment se créer un espace pour se sentir à l'aise avec ses particularités?

Participez au développement de cette rubrique en nous envoyant par courriel une image qui vous interpelle avec votre commentaire personnel.

Sources des images et des statistiques: Site Visilab (12/2014) / www2.hm.com / http://www.fr.dove.com/fr/Notre_Mission/ / <http://jugendkampagne.projuventute.ch/fr/> (02/2015)

La fondation images et société innove dans le domaine de l'éducation à l'image depuis plus de 20 ans en collaboration avec divers partenaires publics et privés comme le Musée de la communication de Berne autour de «Eve et Adam des médias». Le but des activités est de mieux voir et comprendre les images à tout âge pour véritablement choisir - www.imagesetsociete.org