

Sois belle et tais toi - 1/2

Dans notre société actuelle, nous sommes inondés par différents concepts de beauté qui réduisent la femme à peu de chose. De gros seins et un beau "cul" voilà ce qui pourrait résumer l'histoire. A travers cet article, je fais le tour de ces différents "modèles". Qu'elles en soient complices ou victimes, voici la situation de la femme aujourd'hui.

Un jour, la société recréa la femme. Elle était grande, mince, bronzée avec de belles formes. La société lui dicta cette règle : "Sois belle et tais-toi". Toutes les autres femmes doutèrent de son succès. Mais elles eurent torts. La nouvelle fit des ravages auprès du public masculin, ce qui conduisit les autres femmes à lui ressembler. Un nouveau stéréotype venait de naître...

Les critères de beauté ont énormément évolués avec les siècles. Avant, on les préférait enrobées et blanches, car elles représentaient la richesse. Elles avaient de l'argent pour manger et ne travaillaient pas dans les champs exposés au soleil. Maintenant, c'est tout le contraire ! Elles sont minces et bronzées. Cette évolution de la société qui suscite parfois bien des problèmes. Regardez autour de vous !

Où que l'on aille, nous sommes inondés de femmes potiches nous montrant la voiture qu'un candidat aura la chance de gagner ou de publicités sur lesquelles de jeunes femmes d'une vingtaine d'année nous vantent les miracles d'une crème anti-rides. Jamais le physique n'a pris une telle importance dans notre vie quotidienne. Les idées de la femme sont reléguées à la seconde place. Si j'écris cet article, c'est pour dénoncer tous ces clichés.

La femme dans la pub

Actuellement, la mondialisation de la consommation projette une image de la femme discriminatoire. Dans ces pubs, les femmes sont des stéréotypes. Une image dévalorisante créée par la société et adoptée par certaines femmes. Vous pourriez les qualifier de ravissantes idiotes ! C'est vrai, elles ne se posent aucune question et ne remettent en cause ni le message publicitaire abrutissant, ni la place de l'Homme dans la société. Aujourd'hui, pour vendre il est indispensable de faire appel au physique parfois trop dénudé de la femme.

Et ces pubs qui nous harcèlent jour après jour, nous imposent une façon d'être et dans l'effort de devenir cette "vraie femme", beaucoup perdent confiance en elles, parce que ce modèle, fruit de la standardisation, est impossible à atteindre. En présentant un idéal difficile à atteindre et à maintenir, on assure la croissance et la rentabilité de l'industrie des produits amincissants ou des cosmétiques par exemple. Certaines femmes ont même recours à la chirurgie esthétique. Dans l'espoir de ressembler à telles mannequins ou telles actrices, elles peuvent ressortir de ces cliniques avec des seins ridiculement gros, ou avec un visage tellement lifter qu'elles ne parviennent plus à cligner des paupières. Mais les plus touchées par ces stéréotypes, ce sont les adolescentes. Une des conséquences les plus graves est l'anorexie, relative aux complexes qu'éprouvent les jeunes filles face à ces stéréotypes. Comment ne pas être complexées lorsqu'on regarde à la télévision les élections des miss ? Un défilé de viande maigre en bikini qui est censé représenter un pays ! Faut-il absolument être mince, avoir un sourire "pepsodent" et vouloir la paix dans le monde pour être élue ? Je pense aussi aux jeunes filles que l'on peut voir dans les clips vidéo, dansant langoureusement avec un morceau de tissu sur le dos, sans se soucier de l'image de la femme qu'elles transmettent.

Je tente de comprendre la motivation de ces jeunes femmes... Pour l'instant, je ne trouve que l'argent et la popularité. Un exemple me revient à l'esprit. Pas plus tard qu'il y a 2 semaines, j'ai vu à la télévision un reportage sur le salon de l'automobile à Bruxelles. A côté de bon nombre de voitures, se trouvaient de jeunes femmes dont le but est d'attirer la clientèle. Le journaliste filmait le stand d'une petite marque d'auto. Ayant peu de surface, ils ont eu l'"ingénieuse" idée de placer une jeune fille dans une cage suspendue au dessus de la voiture. Que dire après ça ?

Sois belle et tais toi - 2/2

Cette image de femme objet devient de plus en plus choquante... Mais d'où vient-elle ? On pourrait montrer du doigt les hommes ! Mais je pense que chacun, hommes comme femmes, avons notre part de responsabilité. C'est peut-être un homme qui a eu l'idée de la cage, mais la femme y est montée de son plein gré ! Du moins je l'espère !

Voici quelques exemples inouïs de l'exploitation de l'image de la femme dans les médias.

La femme dans la vie quotidienne

Malheureusement, ces stéréotypes sont également donnés à des femmes qui ne le désirent même pas ! Je pense à la femme active, celle que l'on voit tous les jours. Il paraît que le cadeau qu'on offre à une personne est représentatif du rôle qu'on lui attribue. Souvenez-vous un peu du dernier cadeau offert à votre maman ou à votre femme ? Était-ce un fer à repasser, une boîte à couture ou une crème anti-rides ? Car voilà, ce que l'on demande à la femme active moderne, c'est d'être sans rides, sans poils, sexy, s'occuper de la maison et avoir un job ! Comme quoi, lorsque Walt Disney sorti le dessin animé de Blanche-Neige et de Cendrillon, il ne s'éloignait pas tellement de la réalité. Elles ont toutes les deux une silhouette parfaite et sifflent en travaillant. Cette gentille Blanche-Neige a pour premier réflexe en entrant dans la maison des sept nains, de faire le ménage ! Mais bon au moins elle a trouvé son Prince Charmant.

Toutes les femmes sont-elles destinées à devenir une bonne fée du logis ? Tout semble nous l'indiquer ! Ne serait-ce que dans la publicité. Tous les produits ménagers sont promus uniquement par des femmes. Le seul homme qui apparaît, c'est Mr Propre, venu à la rescousse des ménagères. Mais à part montrer ses muscles, que fait-il ? Et depuis le plus jeunes âges, des petites filles sont incitées à devenir une bonne fée du logis. Ouvrez un catalogue de jouet. Que voyez-vous ? Tous les jouets destinés aux petites filles sont toujours les mêmes ; une dînette, un bébé qui fait pipi et un mini aspirateur. De plus, elles regardent des dessins animés comme Blanche-Neige innocemment, rêvent au Prince Charmant en jouant avec leurs Barbies. Ces poupées de 29cm sont les ambassadrices de la phrase "soit belle et tais-toi". Un joli sourire et rien dans la tête. Appuyez dessus il n'en sortira que de l'air.

Si je parle de la Barbie, je ne peux oublier le mythe de la blonde ! Qui n'a jamais racontée ou entendue une blague sur les blondes ? Si ce n'est le cas, en voici une : Une blonde se regarde dans son miroir de poche et dit à sa copine (une autre blonde) : "j'ai l'impression de la connaître celle-là". Sa copine lui prend son miroir et lui répond : "c'est normal benette c'est moi !" Très intelligent n'est-ce pas ? Mais qui du blagueur ou de la blonde est le moins intelligents ? Bien que l'on soit tenté de répondre la blonde, pour ma part la réponse serait... Le blagueur... Car il faut savoir que l'origine de ces blagues est québécoise. Là-bas, le mot "blonde" signifie ma "copine" ou ma "meuf" dans le langage actuel. Donc messieurs, lorsque vous racontez une blague sur les blondes, vous pouvez être considérés comme macho. Quand aux femmes, elles ne font que se moquer d'elles mêmes. Alors mesdemoiselles aux cheveux clairs, la prochaine fois que quelqu'un vous raconte ce genre de blague, vous savez quoi dire !

Alors voilà, des propos qui peuvent sembler très féministes !! Mais je ne veux pas faire de généralités ! Heureusement, il existe de nombreuses femmes que j'admire pour leur prestance et leur caractère d'indépendante. Des femmes qui osent se lever, être différentes et dire tout haut "je suis moi même et je m'exprime !"