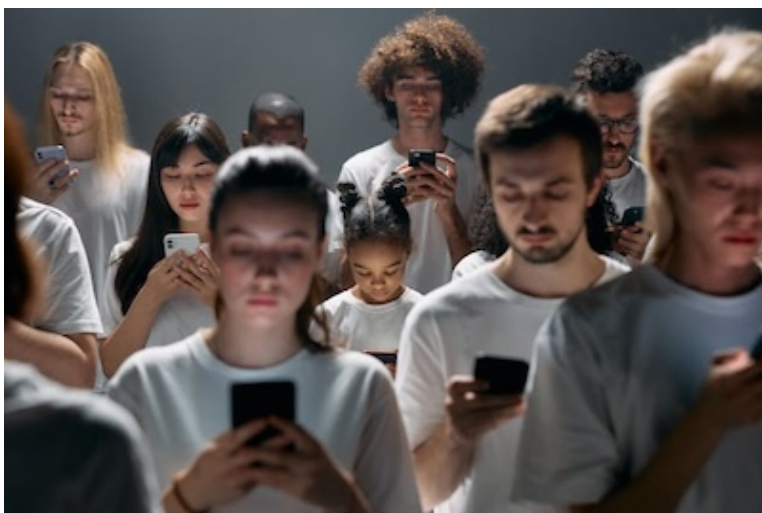


Les réseaux sociaux renforcent la stigmatisation de l'obésité

Près de 70% des tweets sur l'obésité diffusent des perceptions négatives. Une étude récemment publiée analyse l'impact de ces discours sur la santé publique et mentale.



© cottonbro studio / pexelsLes

Hôpitaux universitaires de Genève et l'Université de Genève, avec la participation de chercheurs et chercheuses britanniques, ont étudié 53'414 tweets publiés en anglais entre avril 2019 et décembre 2022 — soit durant la pandémie — pour examiner les perceptions de l'obésité. Les résultats indiquent que 69,36% des messages analysés véhiculent une image négative de l'obésité, 20,91% sont neutres et 9,73% positifs.

Ces discours associent souvent l'obésité à des maux sociaux, tels que le racisme ou la consommation d'alcool et de substances illicites. L'étude relève également que les prises de position de personnalités politiques et de célébrités amplifient ces stéréotypes et critiques. Par exemple, des pics de négativité ont été observés lors de la diffusion de commentaires publics sur l'obésité, comme le lancement de campagnes gouvernementales ou l'hospitalisation de célébrités en surpoids pour des complications liées à la Covid-19.

Une stigmatisation aux conséquences multiples

Cette stigmatisation n'impacte pas seulement la santé mentale des personnes concernées, mais complique aussi les efforts de santé publique pour promouvoir des approches inclusives et efficaces. Les chercheur-ses ont utilisé une combinaison d'intelligence artificielle et d'analyse humaine pour mieux comprendre l'influence des médias sociaux sur l'opinion publique. Les résultats de cette étude permettent de mieux comprendre le rôle des médias sociaux dans la formation des sentiments, des attitudes et des comportements de santé du public, sur diverses thématiques, ici l'obésité. Ils pourront être utiles lors de l'élaboration des politiques de santé publique, des stratégies de prévention et des approches thérapeutiques. Elles doivent aujourd'hui tenir compte des défis uniques que posent les médias sociaux et la communication numérique, en termes de santé publique.

(Source : [communiqué de presse](#))