



**HAL**  
open science

## Beauté du corps : stéréotypes et discriminations

Peggy Chekroun, Jean-Baptiste Légal

► **To cite this version:**

Peggy Chekroun, Jean-Baptiste Légal. Beauté du corps : stéréotypes et discriminations. Psychologie des beaux et des moches, Editions Sciences Humaines, 2020, 9782361065775. hal-04248564

**HAL Id: hal-04248564**

**<https://hal.science/hal-04248564>**

Submitted on 18 Oct 2023

**HAL** is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.

Copyright

# Beauté, stéréotypes et discrimination

Peggy CHEKROUN & Jean-Baptiste LÉGAL

In : J.F. Marmion (Ed), Psychologie des moches et des beaux. Paris Editions Sciences Humaines. 2020.

## 1) Qu'est ce qui est beau ? Qu'est-ce qui ne l'est pas ? Les normes sociales.

Sur quelle base pouvons-nous affirmer qu'un visage ou un corps est beau ? Si des auteurs (Pollard, 1995) ont considéré qu'un visage ou un corps est évalué comme beau quand il correspond à la moyenne des visages ou corps auxquels un individu est exposé dans son environnement social (e.g., son groupe), d'autres affirment au contraire qu'on considère beau un visage ou un corps qui se distingue d'un visage ou un corps moyen (Perrett, May, et Yoshikawa, 1994) et n'est donc pas « commun ». Le point commun des ces différentes études est que, quel que soit le visage ou le corps évalué le plus positivement, il faisait consensus au sein des groupes d'individus interrogés. Qu'il s'agisse d'un visage « moyen » ou d'un visage « extraordinaire », les personnes interrogées étaient à chaque fois quasi-unanimes sur le visage à désigner comme étant le plus beau.

Cette opinion partagée par les membres d'un groupe social au sujet de ce qui est acceptable ou non, valorisé ou non, ou ici, beau ou non, correspond au concept de norme sociale tel qu'il est défini en psychologie sociale : une norme sociale renvoie à un ensemble de règles, de valeurs, de comportements qui sont considérés comme désirables ou non dans une unité sociale donnée par les membres de cette unité. L'évaluation de la beauté serait déterminée par des normes sociales qui indiqueraient, au sein d'un groupe spécifique, ce qui est considéré comme beau et ce qui ne l'est pas, tant au niveau de caractéristiques du visage que de caractéristiques du corps ou, plus précisément, de la corpulence des individus. On parle usuellement de standards de beauté pour désigner ce qui correspond à ces normes sociales.

Comme toutes les normes sociales, la norme de beauté est partagée au sein d'un groupe mais est aussi spécifique à ce groupe ou à un contexte. La plupart des membres d'un groupe donné seront donc d'accord pour définir ce qui est beau, mais leur définition de ce qui est beau ne sera pas forcément la même que celle en vigueur dans un autre groupe. Aussi la définition de la beauté peut elle évoluer dans le temps et différer en fonction des cultures. Les normes sociales en vigueur vont indiquer quel visage est beau ou non, ou quel corps est beau ou non, gros ou non à un moment donné. Par exemple, si l'on se réfère aux critères de beauté du corps, les canons de beauté féminin liés à une minceur extrême, qui sont aujourd'hui extrêmement valorisés dans les sociétés occidentales, étaient différents dans les années 50 ou au XVIIIème siècle, et ne sont pas non plus les mêmes dans d'autres cultures. De même, un visage au teint très clair sera un critère essentiel de beauté en extrême orient tandis que, dans d'autres cultures, ce teint clair sera considéré comme un critère négatif, potentiellement indicateur de maladie ou de faiblesse. On considère ainsi comme beau un visage ou un corps qui correspond aux critères fixés par les normes, tandis qu'un corps ou un visage qui s'écarte de ces critères recevra une évaluation négative sur cette dimension.

On le voit dans ces exemples, à partir du moment où l'on dispose d'une norme, cette norme devient un standard de comparaison. Ainsi, savoir ce qui est « beau » est aussi savoir ce qui n'est « pas beau », et correspondre ou non à la norme définissant la beauté conduira à être placé dans une catégorie d'individus ou dans une autre. Selon la catégorie dans laquelle la norme place un individu, la façon dont il est traité par autrui peut devenir bien différente. Dans le domaine de la beauté et du corps – comme dans bien d'autres – l'écart au standard est perçu de manière négative. La présence d'éléments s'écartant de la norme de beauté tels que des cicatrices, un handicap physique, une difformité ou encore un surpoids sont ainsi associés à des croyances particulières (stéréotypes), au ressenti d'affects généralement négatifs (préjugés) et parfois à des comportements négatifs dirigés vers les individus stigmatisés (discrimination).

Notons que l'apparence physique est bien souvent la première information dont nous disposons sur autrui. A partir de la catégorisation initiale basée sur les normes de l'aspect physique en beau/pas beau, qui se fait en seulement quelques centaines de millisecondes, nous inférons spontanément ce que doivent être les traits de personnalité d'un individu. Nous utilisons pour cela nos croyances et en particulier nos stéréotypes. L'utilisation de ces stéréotypes se traduit également par la création d'attentes positives ou négatives qui vont ensuite façonner nos jugements et/ou nos comportements.

## **2) Est-on jugé différemment selon que l'on est considéré comme beau ou non ? Les stéréotypes liés à l'apparence.**

D'une manière générale, nous avons tendance à associer ce qui est beau à des éléments positifs. Nous développons également vis à vis de ce qui est beau des attentes plus positives. Par exemple, sur un étal, nous serons davantage attirés par une pomme d'un rouge éclatant et bien symétrique, que par une pomme à l'allure cabossée et à la couleur terne. Au-delà de cette tendance à l'approche, nous attribuerons à cette pomme des caractéristiques positives (belle, ferme...) et nous développerons à son égard des attentes gustatives plus élevées (meilleur goût). Ce qui est vrai pour les objets est vrai pour les personnes. Pour rendre compte de ces préférences pour le « beau » chez les individus, Dion, Walster et Berscheid (1972) ont proposé le stéréotype dit de « *ce qui est beau est bon* ». On peut définir ce stéréotype comme un ensemble de croyances concernant les caractéristiques (ex. : des caractéristiques physiques telles que des yeux bleus ou une silhouette élancée), des traits de personnalité (ex. : être sympathique) et des comportements (ex. : se déplacer de manière gracieuse) associées au groupe social des gens jugés « beaux ».

Les nombreuses études ayant porté sur la manière dont sont perçus les individus au physique avantageux (vs non avantageux) dressent un tableau globalement favorable aux personnes belles. Ces dernières sont perçues comme étant des individus plus agréables, plus sociables, à qui on peut faire confiance, qui ont de bonnes intentions, davantage d'amis, une vie plus heureuse, plus de confiance en eux, etc. Si la littérature des recherches en psychologie sociale regorge de travaux sur le stéréotype de la beauté, le stéréotype de la laideur est quant à lui en général considéré comme le négatif du stéréotype « beau = bon », autrement dit « laid = mauvais » (Griffin et Langlois, 2006). Ainsi, les personnes jugées comme laides sont associées à des caractéristiques plus négatives ou moins enviables (moins sociables, moins altruistes, moins intelligentes, etc.), suscitent chez autrui des affects

négatifs et sont supposées produire des comportements plus négatifs. Ainsi, par exemple, si les enfants de l'étude de Bazzini et collaborateurs (2010) jugeaient des enfants « beaux » comme étant plus agréables, plus populaires, et moins enclins à faire des bêtises, ils jugeaient en revanche les enfants « laids » comme étant associés à des traits ou des comportements négatifs (agressivité, méchanceté, etc.).

Le stéréotype « beau = bon » se développe très tôt (certains auteurs postulent même qu'il s'agit d'une préférence innée ; Ramsey et Langlois, 2002) et perdure par la suite en étant renforcé par le contexte et les agents de socialisation que sont les parents, les pairs, ou encore les enseignants. Les médias jouent également un rôle non négligeable dans le renforcement de ce stéréotype. Par exemple, on pourra remarquer que les publicités mettent quasi systématiquement en avant des modèles attractifs placés dans des environnements physiques et sociaux positifs (ex. belle maison, belle voiture, famille ou amis parfaits et heureux), les rendant normatifs et désirables. A l'inverse, le méchant des films, des séries ou des dessins animés sera la plupart du temps laid ou gros et associé à des caractéristiques psychologiques et comportementales négatives (sournoiserie, agressivité, etc.).

L'existence et les conséquences du stéréotype « beau = bon » ont été observées dans de nombreux contextes sociaux, dans différentes cultures (Chen, Shaffer et Wu, 1997), aussi bien chez les adultes que les enfants (Bazzini, Curtin, Joslin, Regan, et Martz, 2010). Dans la plupart des cas (il existe quelques exceptions) les recherches indiquent que nous avons tendance à juger plus positivement les personnes au physique considéré comme agréable, en comparaison aux personnes au physique considéré comme disgracieux. Ce biais de positivité dans le jugement porté sur les individus « beaux » peut s'observer dans de nombreux domaines de la vie quotidienne. Par exemple, les individus physiquement attractifs sont jugés plus désirables en tant que partenaires amoureux (Suman et Kureshi, 1988). Ils sont également jugés comme plus coopératifs et plus dignes de confiance dans les relations interpersonnelles (Andreoni et Petrie, 2008). Au niveau de la justice, les personnes au physique agréable sont jugées comme étant moins susceptibles de commettre des crimes (Saladin, Saper et Breen, 1988) ou jugées avec plus d'indulgence que les gens peu attractifs (Wuensch, Castellow et Moore, 1991). A l'école, les enfants au physique agréable sont notés et évalués plus favorablement que les enfants au physique plus disgracieux (Clifford et Walster, 1973) et font l'objet de meilleurs pronostics quant à leur réussite académique (Kenealy, Frude et Shaw, 1988). Les comportements de transgression des enfants au physique agréable sont également jugés moins durement (Dion, 1972). Dans le domaine du travail, le fait d'être physiquement attirant est de nouveau associé à des jugements plus positifs. Ainsi, les individus correspondant aux standards de beauté sont jugés plus favorablement lors des processus de recrutement et, une fois qu'ils sont en poste, leurs performances sont mieux évaluées que celles de leurs pairs, notamment du fait d'une perception plus importante de sociabilité et de dynamisme (Hosoda et collaborateurs, 2003)

Un stéréotype fréquent est celui basé sur la corpulence. Une des dimensions de la beauté dans les sociétés occidentales est la minceur (Friedman et collaborateurs, 2002), plus précisément une norme de minceur extrême pèse sur les individus, en particulier sur les femmes, au point que l'on parle de « dictature de la minceur » (Fischler, 1987). Or si la minceur est valorisée, par opposition, le surpoids est stigmatisé et les individus dont le corps

ne correspond pas aux standards normatifs sont jugés plus négativement que les autres. Par exemple, dès 6 ans, les enfants expriment déjà leur préférence pour des personnages minces ou de poids moyen par rapport à des personnages plus gros (Durante et collaborateurs, 2014). Les stéréotypes associés au surpoids (qu'il soit objectif ou non) sont nombreux. De manière générale, les personnes en surpoids sont considérées comme responsables de leur situation. Contrairement au fait d'appartenir à la catégorie des femmes, à celle des Français, ou même à celle des gens « beaux » selon les normes, le fait d'appartenir à la catégorie des « gros » est perçu comme la conséquence de son propre comportement (de SaintPol, 2010). Sur la simple base de leur non conformité à la norme de minceur, les individus sont ainsi considérés comme fainéants, négligés, trop complaisants envers eux-mêmes. Ils sont vus comme manquant de motivation et de volonté, n'étant pas capables de se contrôler en particulier vis-à-vis de l'alimentation (Pulh et Heuer, 2009). Ces caractéristiques sont directement liées au surpoids : on comprend que si l'on considère que le surpoids est contrôlable, alors les individus qui se trouvent dans cette situation doivent posséder ces caractéristiques qui les ont conduits à se retrouver dans la situation. Toutefois, le stéréotype va au-delà, et implique des traits liés à d'autres dimensions de la personnalité. Une personne en surpoids sera ainsi perçue comme peu compétente, possédant des capacités intellectuelles réduites, et peu productive. Au niveau relationnel ou social, le tableau dessiné par le stéréotype est plus ambivalent : le surpoids peut être associé à la chaleur, ce qui amène à croire que les personnes en surpoids sont gentilles, aimables, ou drôles (Tiggemann et Rothblum, 1988) et, en même temps tristes, solitaires, ou désagréables (Klesges et collaborateurs, 1990). Elles sont évaluées comme plus chaleureuses que compétentes si l'on se réfère au modèle du contenu des stéréotypes (Fiske, 2018), et ce même dans les yeux d'enfants âgés de 6 ans (Durante et collaborateurs, 2014). Toutefois, si on les compare aux personnes minces, elles sont à la fois moins compétentes et moins chaleureuses (Vartanian et Silverstein, 2013).

Au final, que ce soit au niveau de caractéristiques du visage ou du corps, ne pas correspondre aux standards en vigueur ne va pas seulement conduire les individus à être catégorisés comme beaux, laids, minces ou gros. Cette catégorisation entraînera l'inférence spontanée d'autres traits ou comportements dont on croit qu'ils sont associés à ces étiquettes. Ces images socialement partagées de qu'est un beau, un laid, ou un gros vont impliquer des attentes spécifiques et des comportements biaisés vis-à-vis des personnes ainsi perçues.

### **3) Est-ce que les personnes au physique avantageux sont traitées différemment des personnes laides ? La discrimination basée sur l'apparence physique.**

Les effets positifs liés à l'agréabilité physique ne se limitent pas aux jugements qui sont portés sur les individus. Il a ainsi été mis en évidence que les personnes dont le physique est jugé agréable sont souvent « favorisées » alors que les personnes jugées comme physiquement désagréables sont « défavorisées » ou, autrement dit, discriminées. Comme pour les jugements, ces différences de comportement en fonction de l'apparence physique vont pouvoir être observés à divers niveaux de la vie quotidienne.

Dans le cadre des relations amoureuses, les personnes n'ayant pas un physique jugé agréable font davantage l'objet de comportements d'évitement que les individus ayant un

physique agréable et sont globalement moins choisies ou désirées. Toujours dans le cadre des relations intimes, il existe un lien entre le degré d'attractivité physique des femmes et leur probabilité de se marier (Conley et Glauber, 2005), mais aussi leur probabilité de trouver un mari ayant un degré d'éducation et des revenus élevés (Udry et Eckland, 1984). Au niveau de la justice, les peines infligées peuvent aussi dépendre de la perception de la beauté de l'accusé. Par exemple, il a été montré qu'en l'absence de preuves sérieuses, une personne peu attractive accusée de viol se voit infliger une peine plus sévère (Erian et collaborateurs, 1998). Dans le cadre scolaire, les enfants au physique agréable font moins l'objet de punitions ou de punitions moins sévères que les autres (Dion, 1972). Les enfants jugés comme ayant un physique disgracieux, quant à eux, sont plus souvent raillés, harcelés et ridiculisés (Byrnes, 1987). Dans le cadre du travail, il existe un lien entre le fait d'être physiquement attractif et le fait d'être embauché. Des études indiquent également que les individus physiquement peu attractifs gagnent moins d'argent que leurs homologues attractifs (Frieze, Olson et Russell, 1991). Toujours dans le cadre professionnel, les individus au physique avantageux reçoivent plus d'aide de la part de leurs collègues (Keating, 2003). Enfin, pour clore ces quelques exemples dans le domaine sportif, le degré d'agrément physique conditionne en partie l'attribution de sponsors et l'exposition des athlètes dans les médias (Hilliard, 1984).

Si l'on revient à la corpulence, ne pas correspondre aux normes sociales décrivant la silhouette valorisée ou souhaitée dans la société expose les individus au risque d'être traités différemment par autrui. De nombreux travaux mettent en évidence la discrimination dont sont victimes les individus en surpoids dans domaines fondamentaux de leur vie sociale, tels que l'éducation, le travail, ou les soins médicaux. La grossophobie n'est pas qu'un mot à la mode, c'est une réalité. La discrimination envers les personnes en surpoids est l'une de celles qui restent socialement acceptables, ce qui la rend particulièrement exploitée dans les médias. Des analyses de films ou séries télévisées montrent la prédominance de la présentation négative, ridicule, ou risible des personnes en surpoids dans ces médias (Fouts et Burggraf, 2000) tandis que les publicités ne manquent pas d'associer la minceur et la perte de poids à un bonheur enfin retrouvé, renforçant l'association « gros = malheureux, mince = heureux » (Blaine et McElroy, 2002).

Au cours de leur scolarisation, les enfants en surpoids subissent déjà des expériences de discrimination basées sur leur apparence physique. Des études montrent que les enseignants, au même titre que le reste de la population, expriment des attitudes négatives envers les personnes en surpoids (O'Brien, Hunter, et Banks, 2007), ce qui pourrait les conduire par la suite à avoir des attentes différentes quant aux performances de leurs élèves en surpoids (censés, sur la base du stéréotype, être moins intelligents que les autres) et ainsi à les traiter d'une façon différente également. En effet, 32% des femmes en surpoids interrogées par Puhl et Brownell en 2001 admettaient avoir été stigmatisées sur la base de leur poids par leurs enseignants lors de leur scolarité. Cette discrimination, basée sur les stéréotypes des personnes en surpoids, se révèle encore plus marquée quand il s'agit de l'éducation physique. Des études montrent que les stéréotypes (en particulier l'idée d'un manque de motivation) et les attitudes négatives envers les personnes en surpoids augmentent au fur et à mesure des années de formation des enseignants de cette discipline (Greenleaf et Weiller, 2005). Les élèves en surpoids sont nombreux à rapporter avoir reçu des commentaires négatifs de la part de leurs professeurs d'éducation physique, et s'être

sentis mal dans ces cours, ce qui les conduisait à éviter d'y participer par la suite (Bauer, Yang, et Austin, 2004). Ils sont aussi ceux qui ne sont pas « choisis » mais « subis » par les autres lors de la constitution des équipes pour les sports collectifs.

Plus tard, dans le monde du travail, la discrimination continue de toucher les individus en surpoids. Des enquêtes sur de grands échantillons, en particulier aux Etats-Unis, mettent en évidence que ces individus étaient 12 fois plus à même d'avoir vécu de la discrimination basée sur leur poids sur leur lieu de travail, ce chiffre s'élevant même à 16 fois quand les statistiques portaient uniquement sur les femmes en surpoids. Des études expérimentales montrent que, quand ils doivent prendre des décisions de type embauche, augmentation de salaire, évaluation de compétences, choix d'employés à licencier, les individus défavorisaient les personnes cibles lorsqu'elles étaient en surpoids comparativement à des cibles de corpulence moyenne (Roehling, 2008).

La prévalence des stéréotypes associés au surpoids trouve également des conséquences au niveau de la santé et des soins médicaux. Les médecins, infirmiers, psychologues ou étudiants en médecine expriment les croyances précédemment évoquées au sujet des personnes en surpoids : ils associent le surpoids à la fainéantise, l'incapacité à s'auto-discipliner, ou un faible niveau de motivation tandis qu'ils associent la minceur à des caractéristiques positives (Teachman et Brownell, 2001). Des médecins ont été exposés à des vignettes présentant des patients équivalents à l'exception de leur sexe et de leur Indice de Masse Corporelle. Les résultats montrent que ces médecins indiquaient moins apprécier leur métier, craindre de perdre plus leur temps, et avoir moins envie d'apporter leur aide au patient quand il était en surpoids, notamment parce que ce patient serait moins capable de tirer profit de leurs conseils (Hebl et Xu, 2001). Ainsi un patient en surpoids n'est pas pris en charge de la même manière qu'un autre.

Que ce soit au niveau de leur santé, de leur vie professionnelle ou scolaire, ou même simplement de leurs relations sociales, appartenir à un groupe stigmatisé, en particulier lié à leur apparence physique pour les cas présents, n'est pas sans conséquences pour les individus. Nous l'avons vu, ne pas correspondre aux standards de beauté quels qu'ils soient amène à être perçu négativement sur de nombreuses dimensions parfois bien éloignées du physique et à subir les conséquences parfois dramatiques des stéréotypes dont sont affublés les individus. Le tableau dressé des répercussions de la non-conformité aux standards de beauté est affligeant mais même la beauté renvoie à quelques stéréotypes négatifs (être beau est souvent associé à la superficialité, à la bêtise, à l'égoïsme, voir Dermer et Thiel, 1975 ; Cash et Janda, 1984). Être perçu comme beau, laid, mince, ou gros, posséder ou non telle caractéristique physique considérée ou non comme désirable n'est pas sans conséquences sur l'évaluation globale qu'autrui se fera de nous. Rire des gros, éviter les laids, préférer les beaux sont autant de préjugés ou de comportements qui restent facilement tolérés dans la société mais dont les inégalités sociales qu'ils provoquent peuvent être dramatiques.

## Références

Andreoni, J., & Petrie, R. (2008). Beauty, gender and stereotypes: Evidence from laboratory experiments. *Journal of Economic Psychology, 29*(1), 73-93.

Bauer, K. W., Yang, Y. W., & Austin, S. B. (2004). "How can we stay healthy when you're throwing all of this in front of us?" Findings from focus groups and interviews in middle schools on environmental influences on nutrition and physical activity. *Health Education & Behavior, 31*(1), 34-46.

Bazzini, D., Curtin, L., Joslin, S., Regan, S., & Martz, D. (2010). Do animated Disney characters portray and promote the beauty-goodness stereotype?. *Journal of Applied Social Psychology, 40*(10), 2687-2709.

Blaine, B., & McElroy, J. (2002). Selling stereotypes: Weight loss infomercials, sexism, and weightism. *Sex Roles, 46*(9-10), 351-357.

Byrnes, D. A. (1987). The physically unattractive child. *Childhood Education, 64*(2), 80-85.

Cash, T. F., & Janda, L. H. (1984). The eye of the beholder. *Psychology Today, 18*(12), 46-52.

Chen, N. Y., Shaffer, D. R., & Wu, C. (1997). On physical attractiveness stereotyping in Taiwan: A revised sociocultural perspective. *The Journal of Social Psychology, 137*(1), 117-124.

Clifford, M. M., & Walster, E. (1973). The effect of physical attractiveness on teacher expectations. *Sociology of education, 248-258*.

Conley, D., & Glauber, R. (2006). Gender, body mass, and socioeconomic status: new evidence from the PSID. *Advances in health economics and health services research, 17* (6), 253-275.

de Saint Pol, T. (2010). Le corps désirable. *Hommes et femmes face à leurs poids*. Paris : PUF.

Dermer, M., & Thiel, D. L. (1975). When beauty may fail. *Journal of Personality and Social Psychology, 31*(6), 1168-1176.

Dion, K., Berscheid, E., & Walster, E. (1972). What is beautiful is good. *Journal of Personality and Social Psychology, 24*(3), 285-290.

Durante, F., Fasolo, M., Mari, S., & Mazzola, A. F. (2014). Children's attitudes and stereotype content toward thin, average-weight, and overweight peers. *SAGE open, 4*(2), 2158244014534697.



Erian, M., Lin, C., Patel, N., Neal, A., & Geiselman, R. E. (1998). Juror verdicts as a function of victim and defendant attractiveness in sexual assault cases. *American Journal of Forensic Psychology, 16*(3), 25–40.

Fischler, C. (1987). La symbolique du gros. *Communications, 46*(1), 255–278.

Fiske, S. T. (2018). Stereotype content: Warmth and competence endure. *Current Directions in Psychological Science, 27*(2), 67-73.

Fouts, G., & Burggraf, K. (2000). Television situation comedies: Female weight, male negative comments, and audience reactions. *Sex roles, 42*(9-10), 925-932.

Friedman, K. E., Reichmann, S. K., Costanzo, P. R., & Musante, G. J. (2002). Body image partially mediates the relationship between obesity and psychological distress. *Obesity research, 10*(1), 33–41.

Frieze, I. H., Olson, J. E., & Russell, J. (1991). Attractiveness and income for men and women in management. *Journal of Applied Social Psychology, 21*(13), 1039-1057

Greenleaf, C., & Weiller, K. (2005). Perceptions of youth obesity among physical educators. *Social Psychology of Education, 8*(4), 407-423.

Griffin, A. M., & Langlois, J. H. (2006). Stereotype directionality and attractiveness stereotyping: Is beauty good or is ugly bad?. *Social cognition, 24*(2), 187-206.

Hebl, M. R., & Xu, J. (2001). Weighing the care: physicians' reactions to the size of a patient. *International journal of obesity, 25*(8), 1246-1252.

Hilliard, D. C. (1984). Media images of male and female professional athletes: An interpretive analysis of magazine articles. *Sociology of Sport Journal, 1*(3), 251-262.

Hosoda, M., Stone-Romero, E. F., & Coats, G. (2003). The effects of physical attractiveness on job-related outcomes: A meta-analysis of experimental studies. *Personnel psychology, 56*(2), 431-462.

Keating, C. F., Randall, D. W., Kendrick, T., & Gutshall, K. A. (2003). Do babyfaced adults receive more help? The (cross-cultural) case of the lost resume. *Journal of Nonverbal Behavior, 27*(2), 89-109.

Kenealy, P., Frude, N., & Shaw, W. (1988). Influence of children's physical attractiveness on teacher expectations. *The Journal of Social Psychology, 128*(3), 373-383.

Klesges, R. C., Eck, L. H., Hanson, C. L., Haddock, C. K., & Klesges, L. M. (1990). Effects of obesity, social interactions, and physical environment on physical activity in preschoolers. *Health Psychology, 9*(4), 435–449.

- O'Brien, K. S., Hunter, J. A., & Banks, M. (2007). Implicit anti-fat bias in physical educators: physical attributes, ideology and socialization. *International journal of obesity*, 31(2), 308-314.
- Perrett, D. I., May, K. A., & Yoshikawa, S. (1994). Facial shape and judgements of female attractiveness. *Nature*, 368(6468), 239-242.
- Pollard, J. S. (1995). Attractiveness of composite faces: A comparative study. *International Journal of Comparative Psychology*, 8(2), 77-83
- Puhl, R., & Brownell, K. D. (2001). Bias, discrimination, and obesity. *Obesity research*, 9(12), 788-805.
- Puhl, R. M., & Heuer, C. A. (2009). The stigma of obesity: a review and update. *Obesity*, 17(5), 941-964.
- Ramsey, J. L., & Langlois, J. H. (2002). Effects of the "beauty is good" stereotype on children's information processing. *Journal of Experimental Child Psychology*, 81(3), 320-340.
- Roehling MV, Pilcher S, Oswald F, Bruce T. (2008). The effects of weight bias on job-related outcomes: a meta-analysis of experimental studies. *Academy of Management Annual Meeting*, Anaheim, CA.
- Saladin, M., Saper, Z., & Breen, L. (1988). Perceived attractiveness and attributions of criminality: What is beautiful is not criminal. *Canadian J. Criminology*, 30, 251-259.
- Suman, H. C., & Kureshi, A. (1988). Interpersonal attraction as a function of physical attractiveness, personality similarity-dissimilarity, and reciprocity. *Psychologia: An International Journal of Psychology in the Orient*, 31(4), 234-238
- Teachman, B. A., & Brownell, K. D. (2001). Implicit anti-fat bias among health professionals: is anyone immune?. *International journal of obesity*, 25(10), 1525-1531.
- Tiggemann, M., & Rothblum, E. D. (1988). Gender differences in social consequences of perceived overweight in the United States and Australia. *Sex roles*, 18(1-2), 75-86.
- Udry, J. R., & Eckland, B. K. (1984). Benefits of being attractive: Differential payoffs for men and women. *Psychological Reports*, 54(1), 47-56.
- Vartanian, L. R., & Silverstein, K. M. (2013). Obesity as a status cue: perceived social status and the stereotypes of obese individuals. *Journal of Applied Social Psychology*, 43, 319-328.
- Wuensch, K. L., Castellow, W. A., & Moore, C. H. (1991). Effects of defendant attractiveness and type of crime on juridic judgement. *Journal of Social Behavior and Personality*, 6, 1-12.

