



## Hayat Zirari

est enseignante chercheuse en anthropologie à l'université Hassan II de Casablanca (faculté des lettres et sciences humaines Ben Msik).

Titulaire d'un doctorat en anthropologie sociale et ethnologie culinaire obtenu à l'EHESS (Paris), elle a mené, parallèlement à son activité d'enseignante chercheuse, de nombreuses études et recherches auprès d'organismes de recherche et de développement, en particulier sur des thématiques relatives à la santé, au genre et à l'alimentation.

Pr. Hayat Zirari est coordinatrice du master « Communication des organisations » et est également responsable de l'équipe de recherche DENSE (Développement éducation, nourriture, santé et environnement) au sein de l'Université Hassan II - Faculté des lettres et sciences humaines Ben Msik.

2016, « La croyance du mauvais en méditerranée », 10P, In Dictionnaire de la Méditerranée, sous la direction de Dionigi Albera, Maryline Crivello, Thierry Fabre et Mohamed Tozy - Ed. Actes du sud/MMSH/CNRS

2013 : « Sciences Sociales et Santé », Les rencontres du CJB, n°4, « La Qabla entre savoir et pouvoir : vers une anthropologie de la santé et de l'accouchement au Maroc », PP. 29-35 (Rabat, les 12 et 13 décembre 2011 et publiée en février 2013)

2007, « Trajectoire des droits des femmes au Maroc. Entre le changement social et l'affirmation politique » in Le Maroc aujourd'hui, pp. : 226-244, Publication de l'Université de Venise II ponte, Bologne, pp. 226-245, 2007.

1999, « Les deux sacrifices de la naissance: féminin et masculin en jeu » in Bonte P., Brisebarre A.M., et Gokalp. A., Sacrifices en Islam: espaces et temps d'un rituel, Paris, CNRS Editions, pp. 161-176.

## De ces nouveaux « prédicateurs de l'alimentaire »

Cette communication se propose de traiter des nouveaux prescripteurs émergents sur les médias et réseaux sociaux en relation avec la santé et l'alimentation.

En effet, les nouveaux médias et les réseaux sociaux se sont imposés comme des relais d'information, de partage et d'échange incontournables au sein de la société marocaine, particulièrement auprès des femmes. Ils tendent à supplanter les

autres médias classiques en raison des ouvertures qu'ils permettent pour l'échange (interpersonnel et collectif) pour ces dernières.

Ces nouvelles figures se sont imposées à l'exploration et l'analyse dans le cadre, d'une recherche de terrain autour des changements des pratiques alimentaires en milieu urbain (Maroc, Casablanca). Cette enquête a permis de relever combien

### Mots-clefs

Nouveaux médias, communication, genre, alimentation, santé, valeurs



ALIMENTATION  
DANS LE MONDE

MANGER  
EN VILLE

ces nouveaux prescripteurs occupent une part grandissante de la communication médiatique autour de ces thèmes.

L'un des effets de ces influences concernerait le développement de la suspicion et la méfiance de ces dernières à l'égard de l'alimentation « moderne » et « industrielle », dans ce que cela induit comme peurs, stress et culpabilité chez les femmes.

En effet, les discours de ces prédicateurs, qui puisent leurs fondements dans des référentiels religieux et identitaires, tendent à orienter les femmes vers un retour « au naturel », à « l'authenticité », aux « traditions » et aux valeurs qui les sous-tendent.

A travers l'analyse des discours, de l'image sociale et de l'influence de ces nouveaux prédicateurs alimentaires, particulièrement sur les femmes, il sera question de mettre en valeur ces prescripteurs qui animent et orientent les préférences, les choix et les décisions quotidiennes des femmes en matière alimentaire, en mobilisant notamment des références identitaires, religieuses et culturelles.

La communication présente ces nouveaux « prédicateurs » et les prémises de leur impact en tant que frein aux aspirations des femmes dans le cadre d'une reconfiguration des rapports hommes/femmes dans la société.