

Chronique préventive

SANTÉ PSYCHOLOGIQUE – JUIN 2019

Les réseaux sociaux et l'image corporelle font-ils bon ménage ?

68 % des Canadiennes et des Canadiens sont **actifs de différentes façons sur au moins un réseau social**¹

73 % des femmes souhaitent maigrir, et ce, peu importe leur poids²

25 % des hommes souhaitent modifier leur poids pour améliorer leur apparence³

Par **Andrée-Ann Dufour Bouchard**

Nutritionniste et chef de projets, ÉquiLibre

VIVEZ L'EXPÉRIENCE PRÉVENTIVE LA CAPITALE



Cette chronique préventive est disponible gratuitement à l'adresse suivante viva.lacapitale.com.

lacapitale.com f in @ BLOGUE



Programme santé
en milieu de travail



La Capitale

Assurance et
services financiers

Ce n'est pas un secret pour personne, nous vivons dans une société où l'apparence occupe une place très, voire trop, importante. Les images de corps « parfaits » omniprésentes depuis plusieurs années à la télévision, dans les magazines et les publicités entretiennent cette valorisation de la minceur féminine et de la supermusculature masculine. Mais qu'en est-il des réseaux sociaux ? Ont-ils un impact positif ou négatif sur l'image corporelle ?



L'ère du plus-que-parfait

Combien de temps passez-vous à prendre puis à choisir le *selfie* que vous allez publier sur Facebook ou Instagram ? Est-ce que vous le modifiez ? Appliquez-vous un filtre ? Êtes-vous déçu lorsque vous ne recevez pas beaucoup de « J'aime » ou de commentaires sur vos photos ? Avez-vous tendance à vous comparer à des photos de personnes « parfaites » et à vous sentir soudainement moins bien dans votre peau ?

Les études démontrent que l'utilisation des réseaux sociaux, particulièrement ceux qui mettent l'accent sur la valorisation de l'apparence, est associée à une plus grande préoccupation à l'égard de son corps et même à certains troubles de comportements alimentaires⁴. Le fait d'être exposé à des images de corps parfaits amène à internaliser cet idéal irréaliste, à se comparer à ces modèles inatteignables et à être insatisfait de sa propre apparence⁵.

Qu'est-ce que l'image corporelle ?

L'image corporelle se définit comme la perception qu'a une personne de son propre corps et ce qu'elle croit que les autres perçoivent d'elle. Cette perception inclut les pensées, les jugements, les émotions et les sensations à l'égard du corps. L'image corporelle reflète les perceptions reliées au format corporel, au poids, aux capacités fonctionnelles de même qu'au pouvoir d'attraction du corps⁶.

Avoir une image corporelle saine, c'est avoir une perception réaliste et globalement positive de son corps. Cela fait référence à la capacité d'une personne de voir son corps tel qu'il est dans le moment présent, d'en apprécier les habiletés et les particularités. Une personne ayant une image corporelle saine sera en mesure de valoriser son corps pour ce qu'il est capable d'accomplir et non seulement pour l'image qu'il reflète. Elle sera également plus encline à traiter son corps avec bienveillance en adoptant de saines habitudes de vie dans une perspective de santé et de bien-être plutôt que dans une perspective de contrôle du poids ou d'esthétisme⁷.

Quand le paraître prime sur l'être

Les images publiées sur les réseaux sociaux présentent souvent le côté esthétique du corps plutôt que son côté fonctionnel. En effet, les photos où seul le visage ou le corps est exposé portent à s'attarder à l'apparence. C'est aussi ce qui sera commenté... et peut-être critiqué ! Le culte du corps amène à son objectification plutôt qu'à sa valorisation pour ce qu'il permet d'accomplir. Passer beaucoup de temps à regarder et commenter des images sur Facebook, suivre des comptes Instagram qui mettent en valeur un modèle de corps unique, choisir et retoucher méticuleusement chaque photo publiée contribue à renforcer cette norme de « beauté » et peut favoriser le développement d'une image corporelle négative.

Un mouvement positif #bodypositivity

Depuis quelques années, un mouvement est né sur les réseaux sociaux, particulièrement sur Instagram, afin de renverser la vapeur et de valoriser l'unicité et la diversité des corps⁸. Les contenus publiés sont variés et incluent une grande diversité corporelle, des photos non retouchées, des citations inspirantes d'acceptation de soi, des images mettant l'accent sur ce que le corps permet de faire, etc. On observe un énorme engouement à l'égard de ce mouvement. D'ailleurs, les mots-clés #bodypositive, #bodypositivity et #bopo ont été utilisés respectivement 9,1 millions de fois, 2,9 millions de fois et 887 000 fois sur Instagram⁹. L'exposition à de tels contenus pourrait favoriser le développement d'une image corporelle positive et même protéger contre les effets négatifs des images plus « traditionnelles » et irréalistes¹⁰. Alors pourquoi ne pas profiter de votre utilisation des réseaux sociaux pour diversifier les comptes que vous suivez et apprendre à faire preuve de bienveillance à l'égard de votre corps ? ■

4 CONSEILS pour faire changer les choses

En prenant conscience de l'effet négatif possible des réseaux sociaux sur l'image corporelle et en portant davantage attention à ce que vous consultez ou publiez, vous pouvez contribuer à faire changer les choses et à rendre les réseaux sociaux des plateformes où le corps sera valorisé pour autre chose que son apparence. Voici quatre conseils que vous pouvez tenter de mettre en application la prochaine fois que vous visiterez votre plateforme préférée.

1. TENTEZ DE NE PAS MODIFIER VOS PHOTOS

En publiant des photos de vous au naturel, vous contribuez à diversifier le modèle unique présenté sur les réseaux sociaux. Vous devenez aussi un modèle et une source d'inspiration pour vos amis ou les personnes abonnées qui vous suivent.

2. PUBLIEZ DES PHOTOS QUI NE MISENT PAS UNIQUEMENT SUR L'APPARENCE

Essayez de choisir des photos de vous dans l'action afin de valoriser ce que votre corps permet de faire plutôt que son apparence uniquement. Partagez un bon moment entre amis, des souvenirs de votre dernier voyage, une balade en vélo, un après-midi au parc avec votre petit dernier. Laissez aller votre inspiration !

3. COMMENTEZ AUTRE CHOSE QUE L'APPARENCE

On a souvent tendance à commenter l'apparence des autres. Même s'ils sont positifs, les commentaires sur le poids ou l'apparence peuvent avoir des conséquences négatives, car ils entretiennent la valorisation de l'apparence et le culte du corps. Pourquoi ne pas relever le défi de commenter autre chose que l'apparence sur les réseaux sociaux ? L'activité accomplie, les qualités de la personne, les émotions positives, les réalisations, les forces, etc.

4. SUIVEZ DES PERSONNES INSPIRANTES

Essayez de diversifier les images auxquelles vous vous exposez sur les réseaux sociaux. Suivez des comptes d'art, de loisirs, d'influenceurs qui font la promotion de la diversité corporelle et de l'authenticité. C'est l'occasion d'aller jeter un coup d'œil au #bodypositivity et ses dérivés. ■

LES ADOS et les réseaux sociaux



Vous êtes le parent ou un proche d'une adolescente ou d'un adolescent ? Ceci pourrait vous intéresser ! Saviez-vous que 95 % des adolescents auraient accès à un téléphone intelligent et que 45 % y seraient constamment connectés, leur permettant ainsi d'utiliser des plateformes telles que YouTube, Instagram, Snapchat et Facebook¹¹ ?

Nombreux sont ces jeunes qui modifient leurs photos, qui utilisent des filtres et qui présentent une image d'eux-mêmes qui n'est pas représentative de la réalité. Des études démontrent que les adolescentes qui consacrent plus de 2 heures par jour à consulter les réseaux sociaux ont un risque plus élevé d'insatisfaction corporelle et de désir de maigrir¹².

En effet, l'adolescence est une période où le corps subit de nombreux changements en peu de temps, à un moment où le regard des autres et le sentiment d'appartenance sont très importants. Cela peut donc les rendre plus vulnérables à l'influence des médias sociaux et au développement d'une image corporelle négative. Au Québec, plus d'un adolescent sur deux est insatisfait de son apparence¹³.

Comme adulte, vous pouvez jouer un rôle pour aider les jeunes à développer leur esprit critique afin qu'ils réalisent que le modèle auquel ils sont exposés n'est pas représentatif de la réalité. N'hésitez pas à en discuter avec eux. Vous pouvez également les amener à prendre part au changement et à diversifier les photos qu'ils publient, à commenter autre chose que l'apparence, etc. Et surtout, n'oubliez pas de les valoriser pour ce qu'ils SONT !

En bref

Nul besoin de bannir ou de craindre les réseaux sociaux. Ils font partie de nos vies et offrent des avantages indéniables en ce qui concerne l'accès à l'information, le réseautage, le partage d'intérêt et de passions, etc. Il faut simplement prendre conscience de la place qu'y occupe l'apparence et tenter d'y promouvoir une représentation plus saine et diversifiée du corps. #bodypositivity ■

1. We are social. Rapport digital annuel, 2018. NETendances 2018, volume 9, numéro 5. https://cefrio.qc.ca/media/2023/netendances-2018_medias-sociaux.pdf | 2. IPSOS REID (2008). Canadian Women's Attitudes Towards Weight, Sondage pour le compte des Producteurs laitiers du Canada. | 3. Sondage SOM pour le compte d'Équilibrium (2012). Poids, image corporelle et habitudes de vie : les différences entre les hommes et les femmes. | 4. Holland G and Tiggemann M (2016). « A systematic review of the impact of the use of social networking sites on body image and disordered eating outcomes ». Body Image 17: 100-110. | 5. Thompson J, Heinberg L, Altabe M et al. (1999). Exacting Beauty: Theory, Assessment, and Treatment of Body Image Disturbance. Washington, DC : American Psychological Association. | 6. Adapté de Cash T. (2002). The management of body image problems. In: Eating Disorders and Obesity. A Comprehensive Handbook. Fairburn, C.G., Brownell, K.D. (Eds). The Guilford Press : New York. Chap. 108, p. 599-603. | Eide, R. (1982) The relationship between body image, self-image and physical activity. Scandinavian Journal of Social Medicine. 29S: 109-112. | Thompson, JK. et coll (1999). Exacting Beauty: Theory, Assessment and Treatment of Body Image Disturbance. Publié par l'American Psychological Association, 396 pages. | 7. Dagenais, F., Dufour-Bouchard, A.-A., Trudel, J. (2014). Définition de l'image corporelle saine. Québec : Équilibrium. | 8. Cwynar-Horta J. (2016). The commodification of the body positive movement on Instagram. Stream : Culture/Politics/Technology 8 : 36-56. | 9. Instagram, avril 2019. | 10. Andrew R, Tiggemann M and Clark L (2015). « The protective role of body appreciation against media-induced body dissatisfaction ». Body Image 15: 98-104. | 11. Pew Research Center (May 2018). Teens, Social Media & Technology 2018. | 12. Sampasa-Kanyinga H, Chaput JP, Hamilton HA (2016). Use of social networking sites and perception and intentions regarding body weight among adolescents. Obes Sci Pract. 2016 ;2(1):32-9. | 13. Institut de la statistique du Québec (2018). Enquête québécoise sur la santé des jeunes du secondaire 2016-2017. Résultats de la deuxième édition.