

L'EFFET ÉQUILIBRE

COMMENT L'EXPOSITION AU CONTENU D'ÉQUILIBRE SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX INFLUENCE-T-ELLE L'IMAGE CORPORELLE ET SES DÉTERMINANTS?

Un projet de recherche mené en 2023-2024 par une équipe de l'Université du Québec à Trois-Rivières a permis de recruter 324 participant.e.s ne connaissant pas Équilibre. Il.elle.s ont été séparé.e.s en trois groupes selon le moyen d'exposition au contenu et ont rempli des questionnaires à 6 reprises au cours de l'année :

GRUPE EXPÉRIMENTAL

Exposé par courriel

GRUPE ÉCOLOGIQUE

Exposé sur les réseaux sociaux

GRUPE CONTRÔLE

Non exposé au contenu

Cinq campagnes ont été déployées par Équilibre sur les réseaux sociaux au cours de l'année.

2023

2024

Semaine Le poids? Sans commentaire! (novembre)

Cette édition visait à faire prendre conscience des conséquences négatives que peuvent engendrer les compliments sur le poids, même s'ils viennent d'une bonne intention.

Prix Équilibre (mars)

Cette campagne félicite des initiatives québécoises qui valorisent la diversité corporelle.

Semaine sans diète (mai)

Sous le thème *Bougeons sans pression!*, la campagne abordait les différentes pressions véhiculées par l'industrie de l'amaigrissement et du « fitness » et proposait des façons d'aborder l'activité physique sans culpabilité et avec plaisir.

Être au-delà du paraître (juin)

Cette édition cherchait à faire prendre conscience de l'omniprésence des pressions à se conformer aux normes sociales de beauté et à identifier des stratégies pour graduellement se libérer de ces pressions.

La grossophobie, ça suffit! (septembre)

Cette édition avait pour objectif de sensibiliser la population à l'omniprésence des microagressions vécues par les personnes grosses.

EFFETS SUR L'IMAGE CORPORELLE ET SES DÉTERMINANTS

(Résultats des groupes exposés comparativement au groupe contrôle)

Après une année d'exposition, certaines dimensions en lien avec l'image corporelle et ses déterminants se sont significativement améliorées et d'autres non :



Satisfaction corporelle liée à l'apparence



Satisfaction corporelle liée au poids



Internalisation de l'idéal de minceur



Internalisation de l'idéal de muscularité



Préjugés liés à l'apparence et au poids

*C'est une bonne chose!
Cela signifie que les individus sont moins influencés par les normes sociales et culturelles qui valorisent un corps mince comme standard de beauté ou de réussite.*



La satisfaction corporelle liée au poids aussi s'est accrue au cours de l'année, mais pas de façon significative. Cela peut être dû à un nombre insuffisant de participant.e.s.

Comme les préjugés sont profondément ancrés dans la société, il n'est pas surprenant de ne pas voir d'amélioration significative à court ou moyen terme.

EFFETS SUR D'AUTRES ASPECTS SPÉCIFIQUES AUX CAMPAGNES

(Résultats des groupes exposés seulement)

Plusieurs aspects abordés par les campagnes se sont améliorés chez les participant.e.s au fil de l'année.

Semaine Le poids? Sans commentaire!



Fréquence de commentaires négatifs sur le poids faits sur les réseaux sociaux.

Aucun changement observé, mais il.elle.s étaient déjà très nombreux.euses à déclarer ne jamais en faire!



Fréquence de commentaires positifs sur le poids faits sur les réseaux sociaux.

Les commentaires sur le poids sont complexes! Il peut paraître évident que les commentaires négatifs peuvent avoir des effets négatifs, mais on oublie souvent que les commentaires positifs peuvent aussi affecter négativement la personne!



Reconnaissance que les commentaires positifs sur le poids peuvent avoir des impacts négatifs.

Prix ÉquiLibre

73 %

croient qu'ÉquiLibre joue un rôle important dans la mobilisation entourant la valorisation de la diversité corporelle au Québec.



78 % ont pris conscience que la valorisation de la diversité corporelle engendre des bénéfices pour tou.te.s.

73 % ont réalisé qu'il est important de représenter et d'accepter la diversité corporelle.

71 % sont plus critiques face aux images de beauté qu'il.elle.s verront à l'avenir.

Même si le plaisir de faire de l'activité physique n'a pas augmenté, c'est quand même les 2/3 qui déclarent ressentir moyennement, beaucoup ou extrêmement de plaisir à bouger tout au long de l'année.

Semaine sans diète



Plaisir à faire de l'activité physique.



Culpabilité de ne pas faire plus d'activité physique.



Pratique de l'activité physique en pleine conscience.

On aime! C'est une des dimensions de l'exercice intuitif. Cela signifie que les personnes sont plus à l'écoute de leur corps pendant l'exercice.

Les autres dimensions de l'exercice intuitif, qui elles n'ont pas changé, sont :

- L'utilisation de l'exercice pour gérer ses émotions.
- Le caractère obligatoire et rigide de l'exercice.
- La sensation de connexion/confiance envers son corps pendant l'exercice.

Être au-delà du paraître

La pression de correspondre aux standards de beauté peut mener à des dépenses importantes en produits de beauté ou autre.



Perception que la pression de correspondre aux standards de beauté affecte leur charge mentale.



Perception que la pression de correspondre aux standards de beauté affecte leur charge économique.



Prise de conscience des effets négatifs qu'une importance excessive accordée à l'apparence peut avoir sur les enfants et les jeunes.



>85 % ont l'intention d'adopter certaines stratégies à la suite de la campagne.

- 93 % ont l'intention de se rappeler que nos plus beaux souvenirs ne sont pas associés à l'apparence.
- 89 % ont l'intention de se rappeler que les raisons pour lesquelles on apprécie les gens autour de nous sont rarement en lien avec leur apparence.
- 88 % ont l'intention d'avoir des pensées et des commentaires plus bienveillants envers les autres.

La grossophobie, ça suffit!

- ↑ **Reconnaissance que les personnes dont le poids est élevé vivent de la grossophobie.**
- ↑ **Prise de conscience de situations problématiques vécues par les personnes de poids élevés.**
- ↑ **Attention portée à ne pas commettre de microagressions.**
- ⊘ **Tendance à intervenir auprès d'une personne qui commet une microagression.**
- ⊘ **Croyance que les microagressions et l'environnement ont des impacts négatifs sur les personnes de poids élevé.**

Il.elle.s trouvent davantage problématique le fait de faire des commentaires sarcastiques sur le poids, d'assumer que les personnes grosses ont des problèmes de santé et de faire des remarques non sollicitées sur le poids.

Les microagressions sont vécues au quotidien par les personnes grosses et peuvent se manifester de différentes manières (p. ex. offre limitée de vêtements, sièges inadaptés dans les salles de spectacle ou au restaurant, commentaires non sollicités, etc.). Les répondant.e.s comptent faire plus attention à ne pas en commettre, mais le passage à l'action serait moins évident.

Cela n'a pas augmenté, mais il.elle.s étaient déjà nombreux.euses au départ à reconnaître l'existence d'effets négatifs!

CE QU'ONT RETENU LES PARTICIPANT.E.S EXPOSÉ.E.S AUX CAMPAGNES

À propos de la Semaine Le poids? Sans commentaire!

« Je comprends mieux les impacts que peuvent avoir les compliments; que même si ça peut partir d'une bonne intention, cela peut avoir des effets négatifs sur les gens. »

À propos de la Semaine sans diète

« L'activité physique devrait être faite sans pression pour ses bienfaits sur la santé et non dans le seul but de perdre du poids ou de modifier son apparence, mais avant tout, elle devrait être faite pour le plaisir. »

À propos de la campagne Être au-delà du paraître

« L'apparence c'est important, mais nous ne devons pas mettre toute notre énergie sur ceci. D'autres choses font de nous une bonne personne comme nos valeurs, nos forces, nos qualités, etc. »

À propos de la campagne La grossophobie, ça suffit!

« Ça m'a fait prendre conscience de la grossophobie dans la société et de ses impacts. »

L'EXPOSITION AUX CONTENUS D'ÉQUILIBRE SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX A UN IMPACT BÉNÉFIQUE À PLUSIEURS ÉGARDS!

Les changements observés vont tous dans le sens souhaité, ce qui sous-entend que les campagnes contribueraient à l'atteinte d'une valorisation de la diversité corporelle et d'une image corporelle plus positive. Bien que les changements soient généralement modestes, ils demeurent impressionnants dans le contexte où le niveau d'exposition des participant.e.s pouvait grandement varier et qu'il.elle.s pouvaient en parallèle être exposé.e.s à des messages qui allaient à l'encontre de ceux d'Équilibre.

Concernant les aspects qui n'ont pas changé au cours de l'année, cela pourrait être dû au fait qu'ils n'ont pas été assez abordés dans les campagnes ou à un nombre insuffisant de participant.e.s pour détecter des changements.

LE PROJET DE RECHERCHE CONTINUE EN 2024-2025 AFIN DE POURSUIVRE L'ÉVALUATION ET L'OPTIMISATION DU CONTENU DES CAMPAGNES!