

L'INFLUENCE DES COMPTES FITNESS SUR LE COMPORTEMENT ALIMENTAIRE ET L'IMAGE DU CORPS

**FAIVRE Manon
BDNH1A**

Travail de recherches présenté à :
BARTHELEMY-MASSON Audrey – Psychologie
AMELOT Katy – Communication Digitale



EDNH - PARIS
15/05/2020

Table des matières

Introduction :.....	3
1) L'inflation des médias, le relai de messages et photos « santé »	4
A) L'exposition de la santé et les comptes fitness.....	4
B) La pression sociale et normes physiques.....	5
2) Le profil influençable.....	7
A) Adolescence et recherche d'identité.....	7
B) Le partage d'un autre soi.....	8
3) Perception du soi, le rapport au corps.....	10
A) Comparaison et initiation dans un nouveau mode de vie copié, le cercle vicieux	10
B) Un mouvement contre les normes et diktats de la beauté	11
Conclusion :	12
Annexes :	13
Bibliographie :	17

Introduction :

Au fil du temps, les corps et les croyances se sont développés, l'évolution de la mode et l'explosion des médias sont également remarquables.

De nos jours, les réseaux sociaux forment les médias les plus utilisés et cela ne cesse d'augmenter, les consultations internet se modifient en passant par des portails commerciaux et aboutissent sur des plateformes telles que Youtube ou Facebook dans le classement des 10 sites les plus visités. En effet d'après l'article : Réseaux sociaux de l'Internet, de Dominique Cardon, ce changement nommé le « tournant du Web », est démontré par « l'importance de la participation des utilisateurs à la production de contenus et par leur mise en relation. » {1}. Cela peut par ailleurs rapidement se vérifier en comparant le nombre d'utilisateurs d'une décennie à l'autre. Cependant nous remarquons tout de même que l'utilisation des réseaux sociaux à une forte prédominance pour les adolescents et les jeunes adultes, mais si l'on regarde en globalité sur le graphique {A} la courbe de chaque tranche d'âge, celle-ci est en hausse depuis 2005 et le pourcentage d'utilisateurs pour les plus jeunes est impressionnant, on compte désormais plus de 90% des 18/29ans qui ont recours à l'utilisation de ces plateformes.

Nous pouvons émettre l'hypothèse suivante, selon la période de vie du sujet, l'utilisation est différente et joue un tout autre rôle dans sa vie.

Également, les réseaux sociaux, connus au premier abord pour la communication, ne sont plus seulement utilisés à ces fins, ils permettent de « s'informer, de s'identifier ou encore de rejoindre une communauté » {2}, ils deviennent inclus dans le quotidien.

Internet devient un substitut pour une grande partie de nos actions, en un clic une multitude d'informations arrivent pour répondre à vos questions. Un problème se pose alors, internet est une source qui peut être alimentée par tout individu, spécialiste, formé, diplômé ou non. Il y a donc un tri à faire dans les informations reçues. Malheureusement, ce trop-plein de ressources mises à notre disposition peuvent porter atteinte à certaines personnes.

Par ailleurs, sur ces plateformes d'échanges et de partages les sujets les plus recherchés sont l'alimentation, le sport et la santé.

De plus, chacun de ces sujets sont très médiatisés et non pas seulement sur les réseaux sociaux mais également dans des journaux, des publicités, à la télévision... Tous ces partages créés en général une image idéalisée de l'alimentation, du sport, du mode de vie sain, et du corps « parfait ». Ainsi, les utilisateurs les plus vulnérables peuvent se laisser influencer par des comptes de « sport, alimentation ou de bien-être » vers des pratiques qu'un professionnel de santé leur déconseillerait, mais dépourvu de connaissances et perdu entre cette idéalisation des médias et le soi, la perception de notre corps se modifie et les médias poussent à la comparaison. Cette pression sociale influe très largement sur la santé des utilisateurs et en parallèle nous remarquons une hausse de cas de Troubles du Comportement Alimentaire (TCA).

Nous nous demandons alors si les comptes fitness (et autres réseaux prônant des messages de santé) ont une influence sur le comportement alimentaire et l'image du soi ?

Afin de répondre à cette problématique, nous allons dans un premier temps nous renseigner sur l'inflation des médias, l'exposition de la santé sur les comptes fitness ainsi que la pression sociale et les normes physiques imposées par la société. Pour poursuivre la réponse de ce questionnement nous nous pencherons sur le profil d'une personne influençable, l'adolescence et la recherche d'identité puis le partage d'un autre soi. Enfin, nous parlerons de la perception du soi et le rapport au corps modifié par la promotion d'un mode de vie idéal sur les réseaux sociaux.

1) L'inflation des médias, le relai de messages et photos « santé »

Le temps des journaux, des dictionnaires et des lettres a laissé place à l'ère des médias informatisés à partir de 1989, année qui marque la première version du web.

Mais tout d'abord avant cette progression informatique, le XXème siècle fut marqué par la transmission des informations par la radio, puis la télévision.

Au fur et à mesure le web s'est développé, devient publique et dès 1994 on remarque l'arrivée des sites de recherches tels que Yahoo, Internet Explorer en 1995 et Google en 1998, et également l'arrivée de sites d'achats en ligne, qui se développe avec Amazon. On note donc qu'internet était largement utilisé à des fins de recherches.

Cependant depuis 2004 et l'arrivée du réseau social Facebook suivi de Youtube, puis de Twitter, Instagram, LinkedIn, Snapchat... et autres réseaux sociaux qui enflamment la toile, les recherches se sont modifiées ainsi que la majorité du contenu, pouvant influencer comme inspirer un large public. {3}

A) L'exposition de la santé et les comptes fitness.

Avec l'arrivée des réseaux sociaux le nombre d'utilisateurs d'internet ne cesse d'augmenter, en effet en 2019 « le nombre d'utilisateurs mensuels du Web franchit la barre des 4,1 milliards. » selon une étude de Le Boulout, E. & Zanchi, JS. {3}

On remarque par ailleurs que les recherches se portant sur la santé sont de plus en plus importantes : « Aux Etats-Unis, 80% des internautes ont déjà recherché des informations en santé sur internet, en Europe : entre 54% et 77% des internautes (70% en moyenne). » {4} Pour plus de précisions, en France ce chiffre est estimé d'après une enquête de l'INSEE en 2005 à 30% d'utilisateurs ayant fait des recherches sur ce sujet, cette date étant loin par rapport à aujourd'hui et vu le nombre d'informations générées chaque jour, je pense que ce pourcentage a doublé voir triplé et concerne maintenant une grande majorité de la population.

Ces recherches étant de plus en plus mises en avant, on remarque que des comptes spécialisés dans ce domaine se développent sur chacun des réseaux sociaux, dont un grand nombre ayant comme sujet principal le sport, le fitness et l'alimentation.

En partageant de nombreuses informations par le biais de photos ou de vidéos la plupart du temps, ces créateurs de contenus mettent en avant l'image du corps en prônant l'activité physique, le mode vie sain et une alimentation équilibrée. Cependant, la majorité de ces profils ne correspondent pas à des professionnels de la santé mais à des personnes passionnées. Cela pose donc un problème, la personne passionnée aura souvent appris grâce à d'autres médias relayés, qui ne l'oublions pas sont créés et écrits par toutes personnes, et ce peu importe leur profession. Leurs informations peuvent donc être pauvres et manquer de professionnalisme. C'est donc grâce à ce point que l'on souligne l'importance de faire le tri dans toutes les informations lues.

De plus, dans la plupart des cas, les conseils élaborés par ces comptes ne sont pas applicables de la même manière pour chacun, par exemple selon le sexe, l'âge, la différence de corpulence, le métabolisme de base... Ce qui signifie que l'assiette de son voisin ne peut pas être la même que la nôtre car nos besoins sont tous différents, de même pour l'intensité d'un effort sportif, ou d'une journée type, et un être humain est unique.

Afin de promouvoir encore plus cette santé idéale, les comptes fitness forment des communautés, qui permettent à leurs membres de s'identifier plus facilement en discutant et échangeant avec d'autres personnes recherchant la même activité. De plus, les personnes influentes grâce à ce partage en communauté se rapprochent de leurs internautes et prennent ainsi le rôle de coach sportif, nutritionniste, coach de vie...

Ce partage général participe à la visualisation que les utilisateurs se font d'eux même et cela peut porter atteinte à leur santé morale et physique.

Également, la présence des « likes » sur les réseaux sociaux entraîne une forte comparaison entre chacun des utilisateurs. Les comptes fitness influenceurs en obtenant un grand nombre, sollicitent les visiteurs à regarder le contenu, pensant que celui-ci est forcément juste, car il est vu et relayé par la population. En dehors de ce phénomène d'influence, ces comptes servent de modèle et leurs modes de vie semblent être calqués par des personnes les suivant et ceux même au détriment de leur santé parfois.

Une dépendance peut en découler et la population se voit progresser vers un mode de vie mené par des utilisateurs cachés derrière un écran et un pseudonyme qui peuvent partager de fausses informations comme de bonnes, attention le tri est important.

Mais comment tous ces comptes sont arrivés sur le web, et pourquoi deviennent-ils de plus en plus influents ?

B) La pression sociale et normes physiques.

Aux vues de la popularité portée sur les réseaux sociaux et la santé, un marketing s'est développé autour de l'image du corps. Le corps sert aujourd'hui à vendre, à appartenir à une communauté, à entrer dans des normes.

Les émissions de divertissement et les publicités mettent également en avant l'image d'un style de vie à adopter, d'un corps parfait pour vendre leur produit et ces images deviennent alors le centre de la communication entre l'homme et la société depuis que le web est présent.

Or, pour la jeune population, née durant l'ère numérique et ayant connu en majorité ce type d'information, des normes physiques se créent et influencent très largement sur leur futur style de vie formaté depuis petit à une pression sociale qui pousse à entrer dans des cases, dans la norme, voire dans une identité différente de la leur.

En effet, d'après l'article : « Les adolescentes et les diktats de la beauté sur Instagram. Quelle influence sur leur image corporelle et leur utilisation du réseau social ? » {5} les médias sont de « puissants transmetteurs d'idéaux » et ces derniers apprennent aux plus jeunes qu'ils seront jugés « majoritairement sur leur apparence physique, et, plus particulièrement, sur leur corps. » On note ici, que la société promeut un corps parfait, il doit être « mince et attrayant. ». L'inflation des réseaux sociaux, en plus de ces médias ne ralentit pas ce mouvement, il l'accroît.

En effet, ces applications sont centrées sur la beauté, le partage du soi, d'une vie exemplaire et plus encore lorsqu'il s'agit d'un compte fitness où la silhouette du corps est la plupart du temps mise en avant en étant soulignée par des vêtements proches du corps, voir dévêtue.

De plus, d'après ce même article, les jeunes et plus particulièrement les femmes sont exposées « quotidiennement à des photos idéalisées, stéréotypées et, bien souvent, faussées. ». Ici, la retouche photo est mise en avant, une grande partie des images est améliorée pour plaire davantage. Le danger le plus présent est que ces jeunes femmes « se basent sur ces images pour évaluer leur image corporelle ». {5}

C'est ainsi qu'en se comparant, ces dernières atteignent de l'insatisfaction corporelle résultant de la divergence entre ce que le reflet du miroir laisse transparaître et le corps vu comme idéal.

L'insatisfaction corporelle est définie comme « les pensées et les sentiments négatifs d'une personne envers son corps. Il s'agit d'une évaluation négative envers la taille, la forme, le poids et le tonus musculaire du corps » {6} (cité dans Jolianne, 2016 : 11).

Pour revenir sur cette image du corps idéal mis en tête chez une personne, nous remarquons que ce sont les médias qui sont transmetteurs de ces influences. De même, les personnalités publiques ont un rôle à jouer dans ce processus, car grandement suivies et regardées par la population, elles deviennent les exemples. Ces personnes influentes sont généralement celles apparentes sur les publicités, les photos et vidéos mettant en avant la beauté, ce qui génère ainsi un impact sur la vision du corps de la population. Également, ces personnalités deviennent un soutien, une inspiration, un pilier lors de la quête d'identité quand le corps se modifie et notamment à l'adolescence. Donc, voici une des raisons qui prouvent que l'engouement des comptes fitness ne cesse d'augmenter. La génération numérique cherche à « construire son identité » {7} au travers de ces normes sociales qui dictent désormais le normal et le « mauvais ».

Cependant, il n'existe pas de corps idéal, et chercher à atteindre un objectif corporel ne peut pas se restreindre à devenir comme telle ou telle personne. La morphologie de chacun nous différencie et chaque corps se doit d'être différent.

Depuis plusieurs années, Internet et les réseaux sociaux rythment nos journées. Pouvant relayer une infinité d'informations, ils peuvent devenir trompeurs pour les utilisateurs ne sachant pas faire le tri. De plus, la popularité de ces plateformes engendre un engouement sur l'image du corps et de celle que l'on partage. L'inflation des médias et la pression sociale sur la nécessité d'entrer dans les normes de la beauté peuvent également engendrer des dégâts sur la santé de la population, en la poussant à franchir

des limites, à dépasser ce que le corps peut réaliser et à aller dans des extrêmes, pouvant mener à des problèmes de santé pour les plus vulnérables.

Cette pression sociale est par ailleurs retranscrite par des personnes de pouvoir ou des philosophes comme Yannis Constantinidès qui dit dans son livre *Le nouveau culte du corps* que « Le corps est devenu un capital, un bien dont il faut prendre soin ». {8} Le corps devient alors « un outil pour se présenter aux yeux des autres et affirmer son statut dans la société. » {9}

2) Le profil influençable

L'image utopique que laisse transparaître la société au travers de sa communication avec les différents médias devient difficile à cerner entre ce qui s'apparente de la réalité ou de ce qui est faux. {10} Ces médias devenus très présents dans la vie actuelle, rythment la plupart du temps et pour la plus grande majorité la période de l'adolescence, ou du jeune adulte. En effet, en comparant les courbes sur le graphique représentant l'utilisation d'internet à des fins personnelles selon l'âge {B} on remarque qu'entre 15 et 25/30ans l'utilisation d'internet est supérieure aux autres tranches d'âge. De plus grâce aux graphiques {C}, {D} et {E} présents dans l'article : Comprendre le comportement des enfants et des adolescents sur internet de Fontar, B. et Kredens, E. nous pouvons voir que les adolescents sont le plus souvent actifs sur les réseaux sociaux, et ce dans la majorité de leur activité numérique et cela progresse lors de la période du collège et du lycée souvent caractérisée par la puberté et le changement de corps, d'envie, la prise de conscience et l'ouverture vers la maturité.

Cette période marque un grand changement dans la vie de l'homme qui tente « de sortir de la dépendance », de faire, au travers de ses expériences de nouveaux apprentissages. {11}

L'évolution du corps, sous la pression actuelle de la société peut s'avérer difficile pour ces personnes, voir perdurer à l'âge adulte soit en continuité de troubles alimentaires, souvent engendrés lors de la période du changement pubertaire pour les plus jeunes atteints puis à l'âge du jeune adulte lors de la séparation et de l'autonomisation.

A) Adolescence et recherche d'identité.

L'adolescence est source de différents changements corporels, cognitifs et affectifs qui entraînent des questionnements sur soi et l'entourage. {12} Cette période, marque une avancée vers la dépendance et l'autonomie, et d'après l'article : L'attachement à l'adolescence de Atger, F. les relations et attachements primaires ont un impact sur le processus d'autonomisation. {13} On note également qu'à l'adolescence, si la relation avec les parents (attachement primaire) reste ancrée, il y a un éloignement de cette attachement « protecteur » pour laisser place à l'exploration. De nouvelles relations s'installent et rythment un nouveau mode de vie, influent sur les choix de l'adolescent, servent de modèles... Ce sont souvent des relations pairs (amis, partenaires...) qui partagent cette période.

En plus de ces fréquentations physiques, comme vu précédemment, l'adolescent est très présent sur les réseaux sociaux et crée ainsi de nombreuses interactions sur ces plateformes.

De plus, leur utilisation est différente la plupart du temps selon le sexe de la personne. Effectivement, on remarque que la place de la femme dans la société est très catégorisée, les recherches des jeunes femmes sont alors souvent dans un premier temps, axées sur la santé, la mode, le sport, en bref sur leur mode de vie, tandis que les garçons ont un penchant vers les jeux vidéo. {14} Ceci est une généralité, mais bien entendu elle ne s'applique pas à l'entièreté de la population.

Si nous prenons comme cible une adolescente d'aujourd'hui, celle-ci étant née durant l'ère numérique, est exposée depuis toujours aux médias et à l'image du corps dictée par la société. Depuis sa plus jeune enfance, elle entend, voit et peut-être même, applique ces normes de la société. Cette application a justement souvent lieu durant la période de l'adolescence.

L'adolescence, étant alors associée à des changements cognitifs mène vers la recherche identitaire et les choix qui feront la personne que nous deviendrons demain. {15} Cette quête identitaire permet l'affirmation de l'adolescent, en se rapprochant de ce qu'il souhaite retranscrire de lui-même dans un futur proche. Cette dernière est donc comme citée plus tôt influencée par les relations primaires et « pairs », mais également par les relations que je qualifierais de « physiques » et « virtuelles ».

Les relations virtuelles représentant celles sur les réseaux sociaux, ont une influence non négligeable sur le comportement du jeune adulte. En effet, ces médias permettant « d'élargir le cercle social » {16} sont caractérisés comme espace de partage et d'interactions aux yeux d'un vaste public. Sur ces plateformes, des personnalités publiques, des comptes influençant sont suivis par des milliers de personnes et leurs contenus massivement aimés, commentés et partagés se transmettent rapidement, et ne laissent parfois pas indifférents certains utilisateurs. Les comptes fitness font partis de cette catégorie et partagent chaque jour des centaines de photos mettant en œuvre leur silhouette et corps. Ici également, la construction identitaire est influencée car ce message de corps idéal tant entendu et vu depuis le plus jeune âge est partagé sur les médias que nous avons choisi comme relation « virtuelle ». Cet attachement peut alors influencer également nos choix, pour entrer dans les codes, plaire et se sentir intégré dans la société. N'oublions pas que dans cette étude j'ai choisi d'analyser l'âge de la

puberté. Ce changement corporel peut engendrer de nombreux questionnements sur son image. L'évolution du corps, la prise de certaines formes qui sont contraindiquées dans les normes de la société, impactent la vision du soi. Ainsi, le partage sur les réseaux sociaux, la vue du nombre de « like », de commentaires et de partages et l'algorithme des publications en faveur des comptes influents met encore une fois en avant l'image d'un mode de vie idéalisé, qu'il faut suivre afin de rentrer dans les codes de la normalité.

Le corps représente alors le pilier de l'identité, qui ordonné par les normes sociales n'est plus « un objet à s'approprier pour soi, mais avant tout pour les autres ». {17}

C'est en cherchant à obtenir cette même identité que les médias s'avèrent être à la fois destructeurs pour la santé premièrement morale puis physique des utilisateurs mais également producteurs d'un contenu idéalisé.

B) Le partage d'un autre soi.

Corbeau, dans son livre *Trajectoires sociales de pathologies alimentaires* dit que « le corps est un moyen de communication non verbale qui signifie une appartenance et un statut social » {18}. Cette communication non verbale mise en avant sur les médias sociaux peut retranscrire qui nous sommes, mais aussi qui nous voulons être.

En effet, les médias sociaux permettent « d'expérimenter différentes facettes de notre personnalité » {19}. Sur chacun des comptes utilisés par une personne, leur identité n'est pas la même, elle peut se moduler. Ces plateformes correspondent donc à des profils et des milliers de fragments d'identité. L'exposition faite de nous-même peut être réfléchiée et calculée. Un jeu de rôle peut s'instaurer, et le choix de publications permet de mettre en place un statut idéalisé avec des photos reflétant l'image des normes afin d'être incluse dans la société et validé par nos pairs. Il y a donc d'après l'article : *Contenus diffusés sur les médias sociaux et influence alimentaire, une « ambivalence entre le besoin d'intimité et le désir de s'exposer sur internet. »* et Serge Tisseron, psychiatre et psychanalyste nomme ce phénomène « l'extimité », définit comme « le processus par lequel des fragments du soi intime sont proposés au regard d'autrui afin d'être validés » {19}. De plus, d'après lui, le besoin d'intimité et le désir d'extimité sont en symbiose, car ils sont nécessaires l'un pour l'autre afin d'obtenir l'estime de soi {19}. Ainsi, nous comprenons donc que certains comptes postent uniquement du contenu favorisant l'image du soi idéalisée et ne montrant pas ce qui s'apparente du réel.

« Une image vaut 1000 mots », cette citation est effectivement plutôt réelle puisque l'image est le premier vecteur d'information dans la stratégie de communication de nos jours, c'est ce qui attire, donne envie et ce que la personne qui visionne retient le plus, c'est ce qui est détaillé dans l'article du journal *Le Monde* : « Le rôle de l'image n'est plus simplement d'informer le consommateur, mais de l'immerger dans une expérience » {20}

Cependant, les réseaux sociaux et comptes fitness la plupart du temps focalisés sur le partage d'image montrent que les personnes touchées par nos publications ciblent leur attention sur nos photos. C'est donc cette tendance qui pousse chaque utilisateur à la quête du compte le plus parfait, en postant des photos parfois retouchées, filtrées, masquant les moindres détails pouvant être critiqués. Ainsi se forment un cercle vicieux amenant les utilisateurs à modifier ce qu'ils sont réellement, à se cacher derrière une seconde identité pouvant plaire à la majorité. Puis, lorsque les visiteurs regardent ces images, une comparaison peut s'effectuer et provoquer une certaine pression et une baisse de l'estime de soi car il y a des différences entre son physique, son mode vie, sa vie en générale par rapport au profil sujet.

Sur ce même sujet, le sociologue Goffman compare l'exposition du soi faite des réseaux sociaux à une « mise en scène » contrôlée par un acteur. {21} Ici l'acteur reflète l'utilisateur, qui se crée un personnage généralement à partir de sa propre image, qui est cependant modifiée afin d'obtenir la satisfaction de ses pairs, sur un décor et une mise en scène.

Nous retenons donc de cette partie que la relation avec les pairs impacte la relation au corps. Les pairs représentent ici, les médias et comptes que l'utilisateur a choisi de suivre. Ce rapport au corps est dû à l'évaluation que l'adolescent ou le jeune adulte a par rapport aux autres. L'image du soi est celle que ses pairs font ressortir. Ces derniers sont au centre de la quête identitaire des adolescents, qui vont « chercher à s'identifier à l'autre et identifier l'autre à lui ». {22}

De par sa popularité, il inspire confiance et réalité, ce qui pousse les plus jeunes à s'identifier à lui et à devenir influençable. Cependant, derrière ce profil idéalisé peut également se cacher une toute autre vérité. Le jeu de rôle pouvant facilement avoir lieu sur ces plateformes, laisse les utilisateurs dans une multitude d'informations, ne sachant pas détacher le vrai du faux.

Et si ces profils partagent de nombreuses informations sur la santé, l'image « parfaite » sous tous les angles qu'ils laissent transparaître peut avoir un réel impact sur l'appréciation du soi, ce qui mène vers des modifications d'habitudes, des modes de vie parfois non adaptés ou poussés à l'extrême, provoquant des problèmes de santé sur le court et le long terme.

Pour conclure, j'aimerais partager cette citation de Rodriguez & al. (2017) qui retranscrit ce phénomène de recherche d'identité, de partage du soi et de l'influence en quelques lignes : « *Le jeune s'ouvre au monde, s'intègre dans une pluralité de groupes de pairs et trouve de nouveaux repères, de nouvelles figures d'identifications et d'attachement. Il intériorise leurs normes, règles, valeurs, pratiques et exigences sociales et culturelles, tout en s'appropriant celles auxquelles il adhère le plus en les personnalisant et en leur donnant du sens.* » {23}

3) Perception du soi, le rapport au corps

Suite à ce qui a été vu dans les parties précédentes nous retenons que les réseaux sociaux et particulièrement les comptes fitness de par leurs partages centrés sur l'image du corps, influent sur la perception du soi des autres utilisateurs. Cette influence peut s'avérer devenir dangereuse pour le bien-être des plus vulnérables, qui la plupart du temps, aux vues des utilisateurs représentent les 15/25ans, période d'adolescence, de début de vie active et d'indépendance marquée par un détachement du « cocon familial » et des habitudes de l'enfance.

Cette indépendance peut laisser le sujet en plein questionnement, lâché pour ses premiers instants seul face aux exigences de la société. Se retrouvant alors submergé d'attentes corporelles, usant de discours sportifs, diététiques et « insistants sur la nécessité de suivre des règles strictes pour manger équilibré » {24} le sujet peut se sentir visé et contraint de suivre ce mouvement au détriment parfois de son équilibre alimentaire et de sa santé.

A) Comparaison et initiation dans un nouveau mode de vie copié, le cercle vicieux

D'après l'article « les ados et diktats de la beauté sur Instagram », il existe trois types de comparaisons, la latérale qui se confronte à ceux que nous estimons identiques ou proches de nous, descendante lorsque l'on considère la personne avec un statut plus faible au nôtre, et l'ascendante, qui reflète une comparaison face à un profil considéré supérieur à nous. {25} Cette dernière est celle qui est le plus souvent en lien avec les comptes fitness, producteurs de contenus imagés et idéalisés, provoquant une toute autre perception du soi.

Cette confrontation face à un individu de statut supérieur au nôtre nous mène à le choisir comme modèle, et celui-ci influe fortement sur notre attitude qui devient dépendante de l'autre, il y a notion de pouvoir. En effet, d'après le livre *Communication soignant-soigné* un lien s'effectue entre celui qui demande de l'aide et celui qui est « en mesure de l'accorder » {26}, dans ce cas-là une confiance s'instaure du demandeur à l'influenceur.

Le profil idéalisé du compte sportif et de bien-être s'ancre dans la mémoire de l'utilisateur se créant son idéal de la beauté en sachant que celui-ci plait à la société car suivi par de nombreux internautes. Cependant, la comparaison à travers ses pairs joue sur l'estime du soi, nous pouvons le remarquer sur le graphique {F} « Lien entre l'estime de soi et l'image corporelle » qui montre à quel point l'utilisation des médias influe sur la satisfaction corporelle.

De plus, selon les messages diffusés, le profil et la vulnérabilité de l'utilisateur on remarque différents impacts sur les habitudes de ce dernier. En effet, d'après le schéma {G} « Influence des normes de beauté sur l'image corporelle » la notion de confiance distingue 2 groupes : les impactés et ceux qui ne le sont pas. Dans le cas des personnes touchées on remarque l'arrivée de l'insatisfaction corporelle qui pousse les utilisateurs sous la pression sociale et de leurs pairs à reproduire un mode vie similaire, « esthétique, attrayant et sans imperfection » d'après le second schéma {H} « L'influence des diktats de la beauté sur les pratiques d'Instagram. ».

C'est ainsi qu'un cercle vicieux à la possibilité de s'instaurer dans la vie des utilisateurs confrontés à l'image qu'ils se sont fait du soi et des normes de la société.

L'insatisfaction corporelle porte atteinte au moral de la personne, se rabaisant et cherchant par tous les moyens de rentrer dans les codes. Leurs moyens sont eux aussi dictés par leurs pairs au travers de photos, de vidéos, de textes prônant le bien-être obtenu par de la nourriture saine, une activité physique intense...

Ce mode de vie est ensuite intégré à celui du sujet, sans être forcément adapté à ses besoins et son métabolisme. Alors, toutes ces actions réalisées dans le but d'être accepté d'une part par ses pairs, puis d'autre part, par la société ne reflètent plus réellement la personne que nous sommes mais celle que les médias veulent que l'on soit.

Les pratiques extrêmes suivies par l'utilisateur vulnérable le mènent vers un changement de l'alimentation, de l'activité sportive, de la routine esthétique... Ces pratiques peuvent par ailleurs devenir problématique sur sa santé, provoquer des Troubles du Comportements Alimentaires (TCA), des atteintes psychologiques, des dépressions...

Au fil du temps l'influence des médias sociaux dont en majorité celle des comptes fitness, portent de plus en plus atteinte à la jeunesse qui se retrouve entourée de compte partageant l'image d'un soi parfait.

Cela impact, en plus des autres médias, la pression sociale des utilisateurs par rapport aux normes à suivre. Ainsi, les plus vulnérables se voient modifier leur régime alimentaire, pratique d'activité physique et autre... Et ce au détriment par moment de leur santé. Associés à ces pratiques, des TCA peuvent en découdre, ainsi que d'autres troubles... On remarque également que les TCA touchent le plus souvent les personnes dans la même tranche d'âge que les utilisateurs d'Internet. Donc nous pouvons émettre l'hypothèse que les comptes fitness et autres comptes influents peuvent avoir un rapport avec des maladies telles que l'anorexie, la boulimie, l'hyperphagie, la dépression...

Cependant depuis quelques années un nouveau mouvement en contradiction avec l'image d'une unique beauté exemplaire se développe : le « body positive ».

B) Un mouvement contre les normes et diktats de la beauté

Dans le but d'effacer les normes et exigences de la société, le mouvement « body positive » a été créé par deux femmes américaines suite à la mort de leur sœur décédée de troubles alimentaires. Elles souhaitent dénoncer « le fléau » de la société face au culte de la minceur partagé en masse par les médias. {27}

Le body positive a comme principal objectif « d'apporter une diversification corporelle sur les réseaux sociaux » {28}. Ce mouvement autorise et encourage par ailleurs les internautes à ne pas modifier leurs photos, les laisser telles quelles avec des défauts apparents. La réalité est mise en avant, il faut montrer que personne n'est parfait, et reste pourtant plaisant aux yeux des autres. L'appréciation du soi est le maître mot de cette tendance, au cours de laquelle les codes dictés par les médias n'existent plus, on se montre sans artifices.

Afin de promouvoir l'estime de chaque image corporelle, des personnes influentes réalisent des photos poussées à l'extrême, avec des postures et attitudes exagérées afin de montrer aux milliers d'abonnés qu'elles aussi ne sont pas parfaites et que ces imperfections peuvent parfois faire la différence. Par exemple, le mannequin Winnie Harlow atteinte de vitiligo (une dépigmentation de la peau) est aujourd'hui l'une des personnes les plus suivies dans le monde. Également de nombreux influenceurs sportifs, artistes, blogueurs... partagent des photos « avant-après » / « Instagram vs Reality » mettant en similitude deux photos d'eux-mêmes, au même endroit mais sous un angle différent. On remarque alors que la posture apporte beaucoup à un physique et que les photos partagées sur les réseaux sociaux sont la plupart du temps celles nous mettant en valeur ou retouchées. Ce sont celles-ci qui sont responsables de l'insatisfaction corporelle citée précédemment.

Aujourd'hui grâce à ce mouvement de plus en plus grand chaque corps peut être exposé sur la toile, peu importe l'âge, l'origine, la taille, le poids, les marques... {1}

L'exposition de nos pairs vu dans cette situation permettent aux utilisateurs de se recentrer sur eux et de voir la beauté présente de leur corps.

D'ailleurs d'après une étude présente dans l'article « les adolescents et diktats de la beauté sur Instagram », on note la présence pour plus de 50% de photos partagées avec l'hashtag « body positive » ayant des imperfections apparentes (vergetures, cellulites, coups de soleil, acné...). Cela prouve encore une fois l'engouement pour ce mouvement et l'acceptation du soi.

Cohen & al. ont également étudié l'impact du body positive sur l'état d'esprit des jeunes. Le résultat est le suivant d'après le graphique {J}, ce mouvement améliore la perception et l'acceptation de soi.

On note également que l'apparence « Thin » représentant le culte de la minceur a un effet opposé à celui du body positive et du partage du naturel. Ainsi, ce nouveau mouvement est une lutte contre les exigences de la société. Et celui-ci apporte un bien-être mental aux utilisateurs qui ne souffrent plus ou en tout cas moins de la pression sociale et qui peuvent montrer leur vrai visage sans douter de l'approbation de ses pairs.

Ainsi, de par leur influence, les comptes fitness peuvent d'une part s'avérer réellement dangereux pour les utilisateurs en les poussant à des pratiques réalisées à l'extrême pour ressembler aux normes, ou d'autre part révélateur du vrai soi en suivant le mouvement body positive qui permet le partage d'image non modifiée et reflétant la vérité sur chaque membre, même influenceurs.

Conclusion :

Les médias, de nos jours majoritairement représentés par les réseaux sociaux sont en grande partie utilisés par les adolescents et les jeunes adultes. Ces périodes marquées par une ascension vers l'autonomie laissent place à des modifications corporelles et questionnements. De plus, étant constamment sous la pression sociale, dictant l'image du corps parfait et le culte de la minceur, les recherches effectuées sur ces réseaux sont généralement en lien avec le sport, la santé ou encore l'alimentation. On note alors l'arrivée de plus en plus importante de plateformes mettant en avant l'image du corps par le biais de photos. Des comptes alors centrés sur l'image du soi développent des communautés et parmi ces utilisateurs, les adolescents en quête d'identité y sont massivement présents.

Cette recherche d'appartenance à un groupe les rend plus vulnérables et le partage d'un mode de vie idéalisé par ses pairs peut l'amener à se comparer.

Cette comparaison ascendante, rend les jeunes dépendants et ainsi très influençables. De plus, leurs corpulences et leurs aspects physiques se modifiant durant cette période en plus de la pression de la société et des images idéalisées sur les comptes fitness mettant en avant des silhouettes et corps, ont la capacité de diminuer l'estime de soi et de créer de l'insatisfaction corporelle.

Cette insatisfaction entraîne alors, une reproduction des différentes activités de ses pairs en partant à la quête de ce bonheur partagé.

Cependant, de nos jours, les photos peuvent être retouchées, modifiées ou filtrées, ce qui floute le moindre détail et laisse transparaître une apparence parfaite. Ce sont ces photos qui causent généralement le plus d'insatisfaction chez les utilisateurs, les poussant par ailleurs à réaliser des challenges à l'extrême, sans respecter les besoins de son corps et son métabolisme de base.

Ainsi, un cercle vicieux se forme, mettant en danger la santé des sujets, les amenant vers des modifications de l'alimentation, des entraînements physiques intenses... Ces pratiques peuvent également aboutir à différents troubles, tels que des Troubles du Comportement Alimentaire (TCA), dépressions...

Alors, dans l'opposition de ces actions, le mouvement « body positive » se crée et se partage en masse grâce aux comptes influents. Ces derniers, postent des photos d'eux sans retouches et avec défauts apparents. Ce mouvement prône donc la bienveillance et l'acceptation du soi.

Si les comptes fitness ont une influence sur le comportement alimentaire et l'image du corps, nous nous demandons si leur disparition aboutirait à une diminution de personnes touchées par les TCA ?

Social networks, representing the most important media today, are largely used by 15/25 year olds. Adolescence and young adults live in a period characterized by an ascent towards autonomy, which gives way to bodily changes and questions. Moreover, being constantly under social pressure, dictating the perfect body image and the cult of thinness, the research carried out on these networks is generally related to sport, health or even diet. We note the arrival of self-image-centered platforms that develop communities and among these users, teenagers in search of identity are massively present.

This search for belonging to a group makes them more vulnerable and sharing a lifestyle idealized by peers can lead them to compare themselves.

This upward comparison makes young people dependent and thus highly influenceable. In addition, puberty in addition to societal pressure and idealized images on fitness accounts highlighting silhouettes and bodies, have the ability to decrease self-esteem and create body dissatisfaction.

This dissatisfaction then leads to a reproduction of the activities of his peers by going in search of this shared happiness.

However, nowadays, photos can be retouched, modified or filtered to make way for a perfect look. It is these photos that generally cause the most dissatisfaction among users, pushing them to achieve challenges to the extreme, without respecting the needs of his body and his basic metabolism.

Thus, a vicious circle is formed, endangering the health of the subjects, leading them to changes in diet, intense physical training... These practices can also lead to various disorders, such as Food Behavior Disorders (ATT), depressions...

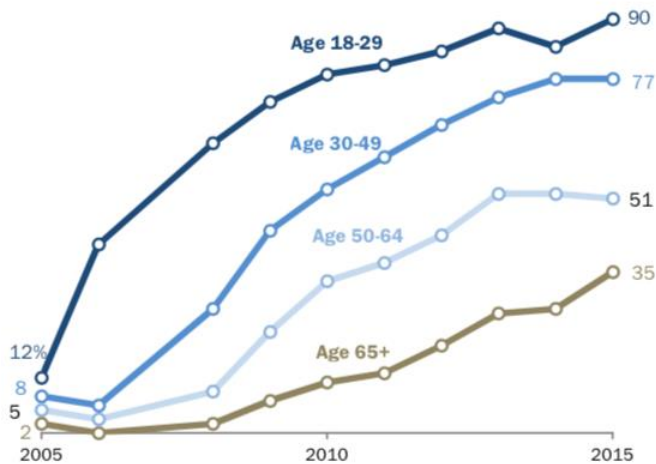
So, in opposition to these actions, the "body positive" movement is created and shared en masse thanks to influential accounts. The latter, post pictures of themselves without retouching and with apparent defects. This movement therefore advocates benevolence and self-acceptance.

Annexes :

{A} Graphique représentant l'utilisation des réseaux sociaux en fonction de la tranche d'âge de 2005 à 2015 : « Young Adults Still Are the Most Likely to Use Social Media », Source : [Pew Research Center surveys](#).

Young Adults Still Are the Most Likely to Use Social Media

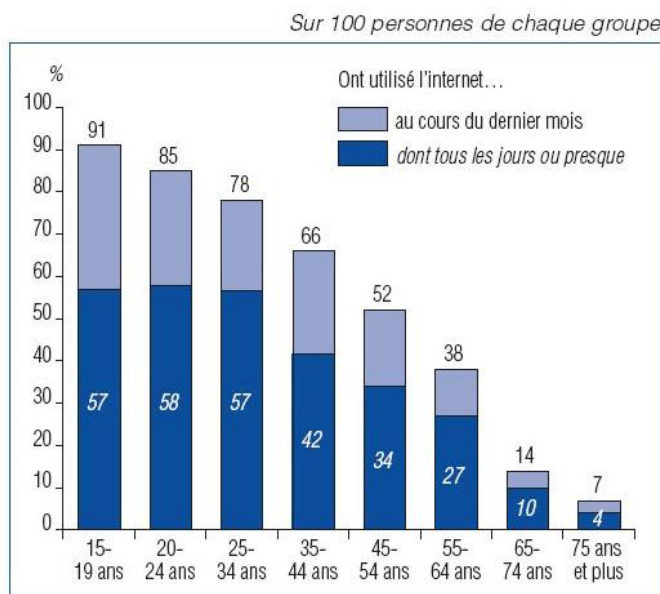
Among all American adults, % who use social networking sites, by age



Source: Pew Research Center surveys, 2005-2006, 2008-2015. No data are available for 2007.

{B} Graphique représentant l'utilisation d'internet à des fins personnelles selon l'âge en pourcentage. Source : [cairn.info](#)

Graphique 1 – Utilisation de l'internet à des fins personnelles selon l'âge



Source : *Pratiques culturelles 2008*, DEPS, ministère de la Culture et de la Communication, 2009

{C} Graphique représentant les types de sites préférés des jeunes, Source :

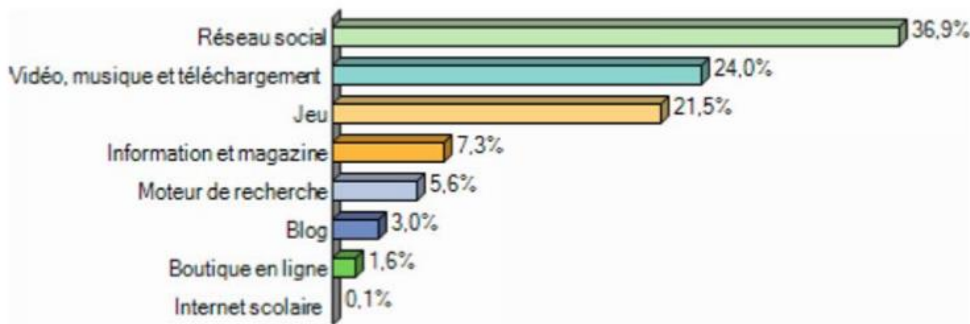
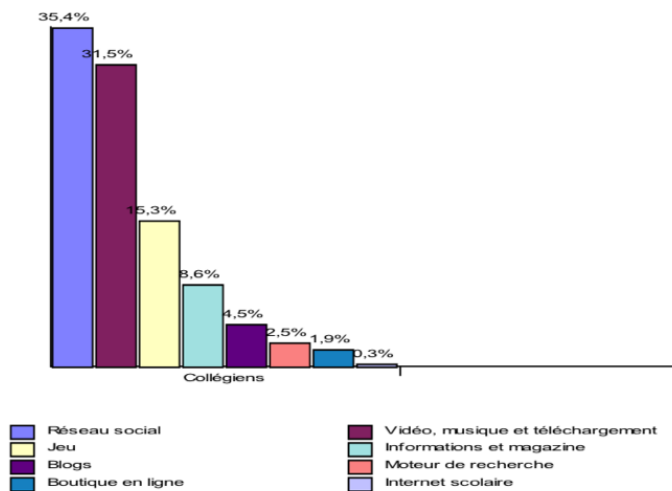


Illustration n°8 : Les premiers types de sites préférés des jeunes

{D} Graphique représentant les sites préférés des collégiens, Source :

• Le réseau social, la musique et les vidéos pour les collégiens



{E} Graphique représentant les sites préférés des lycéens, Source :

• Une écrasante préférence pour les réseaux sociaux

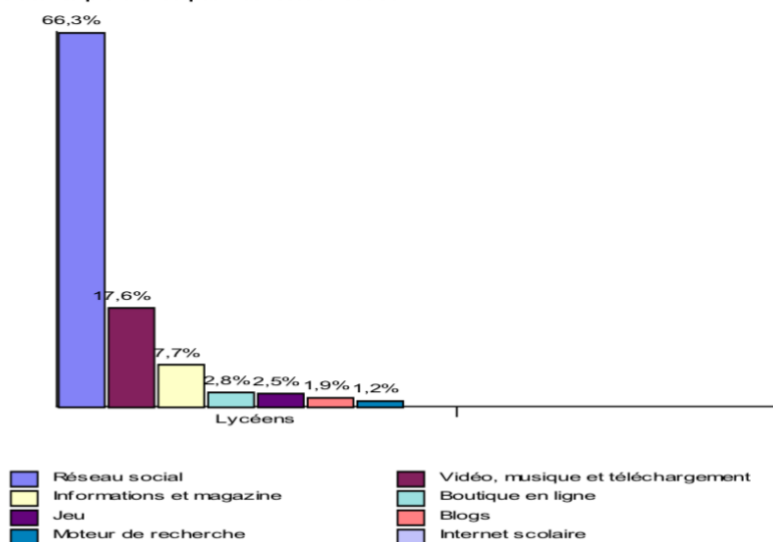
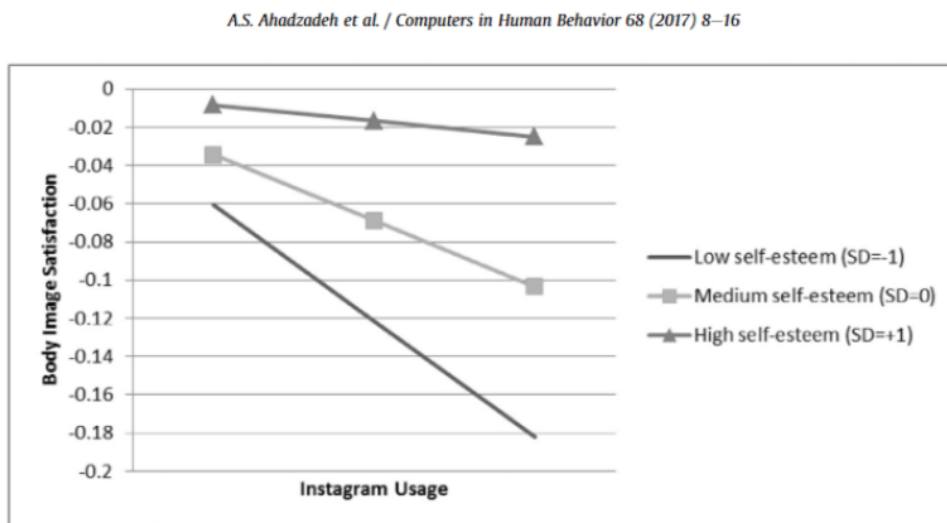


Illustration n°11 : Types des premiers sites préférés des lycéens

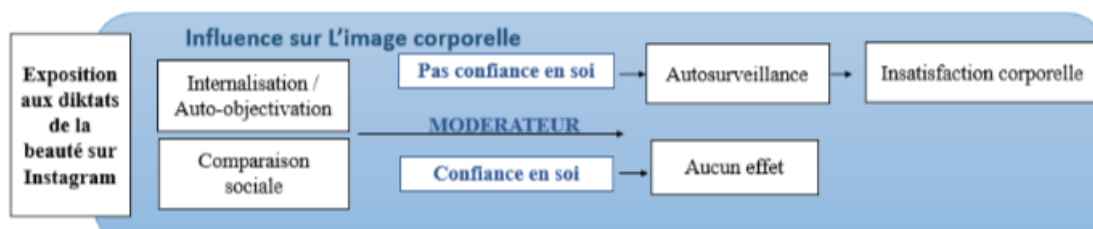
{F} Graphique représentant le lien entre l'estime de soi et l'image corporelle, Source : Di Venti, I. (2018/2019). Les adolescentes et les diktats de la beauté sur Instagram. Quelle influence sur leur image corporelle et leur utilisation du réseau social ?

Figure 7: Lien entre l'estime de soi et l'image corporelle



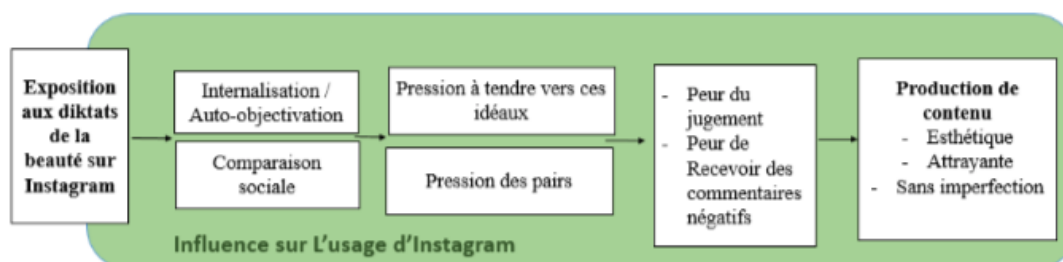
{G} Schéma représentant l'influence des normes de beauté sur l'image corporelle, Source : Di Venti, I. (2018/2019). Les adolescentes et les diktats de la beauté sur Instagram. Quelle influence sur leur image corporelle et leur utilisation du réseau social ?

Figure 16: Influence des normes de beauté sur l'image corporelle



{H} Schéma représentant l'influence des diktats de la beauté sur les pratiques d'Instagram, Source : Di Venti, I. (2018/2019). Les adolescentes et les diktats de la beauté sur Instagram. Quelle influence sur leur image corporelle et leur utilisation du réseau social ?

Figure 17: L'influence des diktats de la beauté sur les pratiques d'Instagram



{I} Photos représentant le mouvement « body positive », Source : Instagram et Google Image



{J} Schéma représentant les effets du « body positive » sur l'état d'esprit et l'appréciation du corps, Source : Di Venti, I. (2018/2019). Les adolescentes et les diktats de la beauté sur Instagram. Quelle influence sur leur image corporelle et leur utilisation du réseau social ?

Figure 6: Effet du « body positive » sur l'état d'esprit et l'appréciation du corps

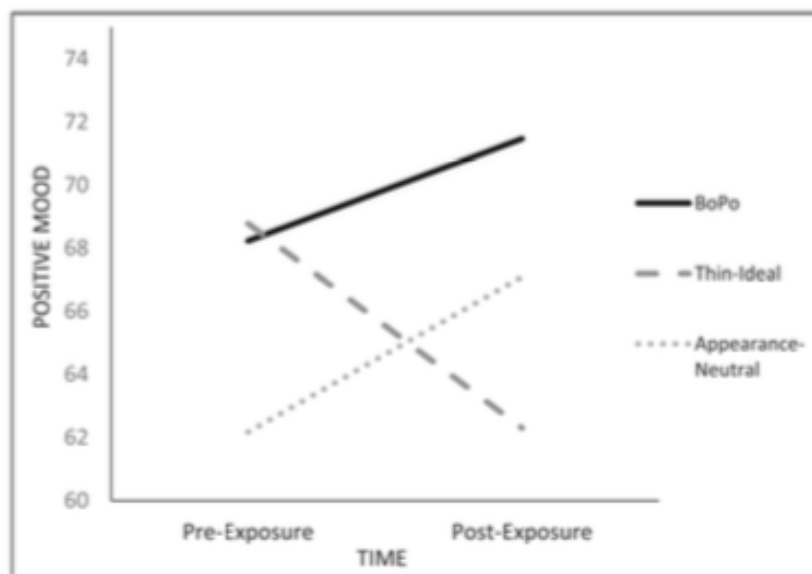


Figure 1. Changes in positive mood across time for each exposure condition.

Bibliographie :

- {1}** Cardon, D. (2011). Réseaux sociaux de l'Internet. *Communications*, 88(1) Consulté le 6 Avril 2020 sur <https://www.cairn.info/revue-communications-2011-1-page-141.htm>
- {2}** David, M. & Ezan, P. (Novembre 2018). Contenus diffusés sur les médias sociaux et influence sur les comportements et la prise de risque alimentaire. (17^{ème} journées Normandes de Recherches sur la Consommation : Société et Consommation). Rouen, France. Consulté le 6 Avril 2020 sur <https://www.nimec.fr/influence-des-medias-sociaux-sur-les-comportements-alimentaires-des-jeunes>
- {3}** Le Boulout, E. & Zanchi, JS. (12 Mars 2019). 30 ans du Web : les grandes dates de l'histoire de la Toile. Consulté le 12 Avril 2020 sur <https://www.01net.com/actualites/les-15-dates-qui-ont-fait-le-web-615826.html>
- {4}** Renahy, E & al. (3 Août 2017). WHIST : enquête web sur les habitudes de recherche d'informations liées à la santé sur Internet. INSERM France. Consulté le 12 Avril 2020 sur <https://hal-lara.archives-ouvertes.fr/hal-01571748/>
- {5}, {6} et {7}** Di Venti, I. (2018/2019). Les adolescentes et les diktats de la beauté sur Instagram. Quelle influence sur leur image corporelle et leur utilisation du réseau social ? *DIAL*. Consulté le 10 Avril 2020 sur <https://dial.uclouvain.be/memoire/ucl/object/thesis:21357>
- {8} et {9}** Anguilla, M. (2019). Instagram et les pratiques alimentaires : une analyse de l'influence du réseau social sur les choix de nourriture des jeunes femmes de 15ans à 29ans. (Genève). Consulté le 2 Avril 2020 sur <http://archive-ouverte.unige.ch>
- {10}** Tremblay, D. (2012). Médias de masse et socialisation corporelle : anorexie et boulimie. (Québec). Consulté le 14 Avril sur <http://di.uqo.ca/id/eprint/273/>
- {11}** Bioy, A. & al. (2015). *Communication soignant-soigné*. Page : 18 (Bréal). France
- {12} et {13}** Atger, F. (2007). L'attachement à l'adolescence. *Dialogue*, 175(1), 73-86. doi:10.3917/dia.175.0073. Consulté le 15 Avril sur <https://www.cairn.info/revue-dialogue-2007-1-page-73.htm>
- {14}, {15} et {16}** David, M. & Ezan, P. (Novembre 2018). Contenus diffusés sur les médias sociaux et influence sur les comportements et la prise de risque alimentaire. (17^{ème} journées Normandes de Recherches sur la Consommation : Société et Consommation). Rouen, France. Consulté le 6 Avril 2020 sur <https://www.nimec.fr/influence-des-medias-sociaux-sur-les-comportements-alimentaires-des-jeunes>
- {17}** Di Venti, I. (2018/2019). Les adolescentes et les diktats de la beauté sur Instagram. Quelle influence sur leur image corporelle et leur utilisation du réseau social ? *DIAL*. Consulté le 10 Avril 2020 sur <https://dial.uclouvain.be/memoire/ucl/object/thesis:21357>
- {18}** Hervé, C. (2007). Prise en charge médicale et sociale des corps meurtris et des esprits vulnérables. Expérience d'un réseau de santé asdes. Dans : Gilles Boëtsch éd., *Corps normalisé, corps stigmatisé, corps racialisé* (pp. 233-247). Louvain-la-Neuve, Belgique : De Boeck Supérieur. doi:10.3917/dbu.boets.2007.01.0233. Consulté le 15 Avril 2020 sur <https://www.cairn.info/corps-normalise-corps-stigmatise-corps-racialise--9782804155506-page-233.htm>
- {19}** David, M. & Ezan, P. (Novembre 2018). Contenus diffusés sur les médias sociaux et influence sur les comportements et la prise de risque alimentaire. (17^{ème} journées Normandes de Recherches sur la Consommation : Société et Consommation). Rouen, France. Consulté le 6 Avril 2020 sur <https://www.nimec.fr/influence-des-medias-sociaux-sur-les-comportements-alimentaires-des-jeunes>
- {20}** Verdet, A. (Mai 2017). Le rôle de l'image n'est plus simplement d'informer le consommateur, mais de l'immerger dans une expérience. (Journal Le Monde). Consulté le 16 Avril 2020 sur https://www.lemonde.fr/idees/article/2017/05/29/le-role-de-l-image-n-est-plus-simplement-d-informer-le-consommateur-mais-de-l-immerger-dans-une-experience_5135631_3232.html
- {21}, {22} et {23}** Di Venti, I. (2018/2019). Les adolescentes et les diktats de la beauté sur Instagram. Quelle influence sur leur image corporelle et leur utilisation du réseau social ? *DIAL*. Consulté le 10 Avril 2020 sur <https://dial.uclouvain.be/memoire/ucl/object/thesis:21357>
- {24}** Mansi, V. (2019). Internet dans les troubles du comportement alimentaire restrictifs : mode de consultation et impact. Grenoble, France. Consulté le 6 Avril 2020 sur <https://dumas.ccsd.cnrs.fr/dumas-02381293>
- {25}** Di Venti, I. (2018/2019). Les adolescentes et les diktats de la beauté sur Instagram. Quelle influence sur leur image corporelle et leur utilisation du réseau social ? *DIAL*. Consulté le 10 Avril 2020 sur <https://dial.uclouvain.be/memoire/ucl/object/thesis:21357>
- {26}** Bioy, A. & al. (2015). *Communication soignant-soigné*. Page 27 (Bréal). France

{27} et {28} Di Venti, I. (2018/2019). Les adolescentes et les diktats de la beauté sur Instagram. Quelle influence sur leur image corporelle et leur utilisation du réseau social ? *DIAL*. Consulté le 10 Avril 2020 sur <https://dial.uclouvain.be/memoire/ucl/object/thesis:21357>