



# La puissance des médias dans la construction de l'image corporelle des jeunes



**CONFERENCE PROMOTION SANTE SUISSE**

**ATELIER «*L'impact des réseaux sociaux sur l'image de soi* »**

**Dr. Julien Intartaglia**

**Natel 078 913 14 81**

**27 mai 2021**



“Ce qui compte aujourd'hui, c'est l'apparence :  
quand tu ne parais pas, tu disparais.”  
*Smain, Casino de Paris*

A woman with long blonde hair, wearing a bright pink sports top and black leggings, is captured in a running motion on a paved path. The background is a blurred outdoor setting with yellow and white stripes, possibly a track or a park. The image is overlaid with a semi-transparent white band containing text.

L'exposition aux écrans...de quoi amorcer cet idéal corporel dans l'esprit dès le plus jeune âge?

## 1<sup>er</sup> constat – des marques qui migrent vers le digital dans leur communication



**691,5** milliards \$ pour les investissements publicitaires  
(projection pour 2021)



**60.5%** des dépenses publicitaires avec **517.51** milliards de dollars  
pour la publicité numérique (projection pour 2023)



**4.45** milliards (recul de -2.5% en 2019)

2<sup>ème</sup> constat – un temps d'exposition qui prépare les «cerveaux»...

**Temps d'écran ?** Activités web, RS, smartphone, jeux vidéos, vidéos TV et streaming



**14** ans derrière une TV  
(espérance de vie de 85 ans)

**2h30**/ jour d'utilisation d'internet pour les  
jeunes de 12 à 19 ans

Etude effectuée aux Etats-Unis par l'ONG Common sense Media (2017)

- **2 ans** = **42** minutes / jour = TV (29mn) / Smartphone (7mn) / DVD (6mn)

**De 2 à 4 ans** = **2h39** minutes / jour



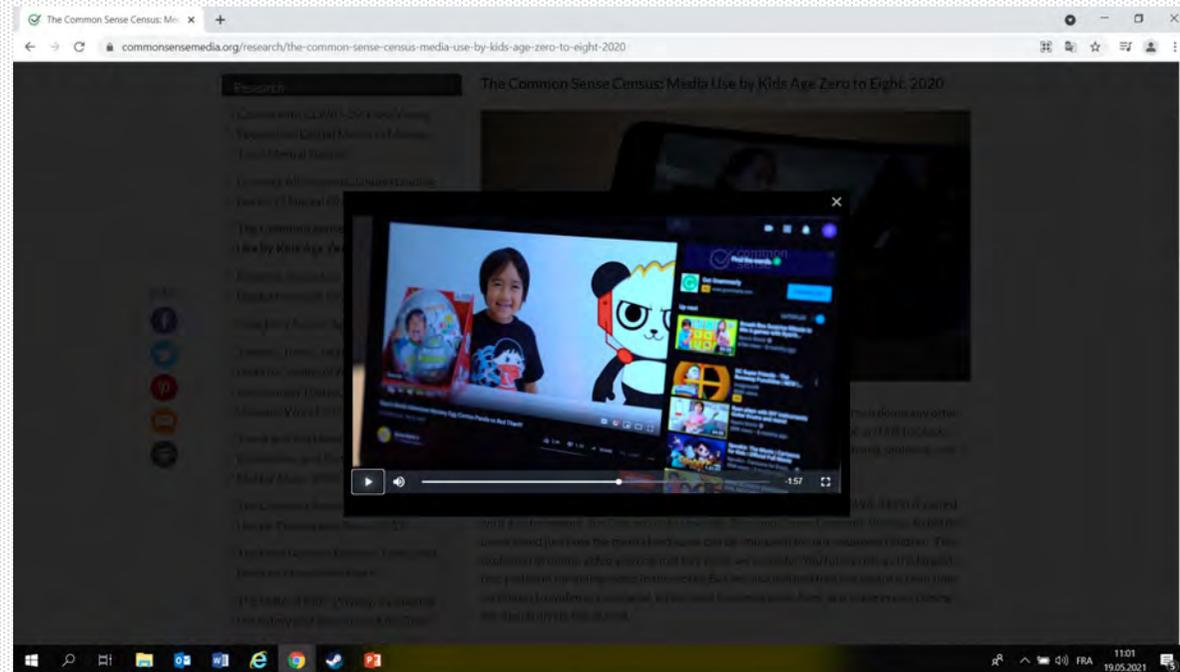
Etude effectuée aux Etats-Unis par l'ONG Common sense Media (2020)

## Évolution en 3 ans...

Les enfants regardent plus les vidéos en ligne (**39mn / jour**)

Youtube & divertissement

3/10 vidéos = contenus violents (modérés à extrêmes)



# Etude effectuée aux Etats-Unis par l'ONG Common sense Media (2020)

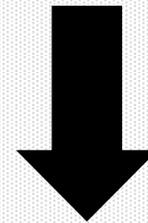
The screenshot displays a web browser window with the following elements:

- Address Bar:** <https://www.common sense media.org/research/the-common-sense-census-media-use-by-kids-age-zero-to-eight-2020>
- Page Title:** The Common Sense Census: Media Use by Kids Age Zero to Eight, 2020
- Content:** A central video player showing a collage of children's content. Visible video thumbnails include:
  - Ninja Kids Music (95M views - 11 months ago)
  - Spying on Jack to Take his Cool Toys! (Kids Fun TV) (72K views - 1 month ago)
  - Kids TV Nursery Rhymes Playlist | Children Rhymes Kids tv | Kindergarten... (8.5M views - 2 years ago)
  - Kabooon! Dance (Kids TV Nursery Rhymes And Baby Songs)
- Browser Interface:** Windows taskbar at the bottom shows the time as 10:59 on 19.05.2021.

95% de publicités dans les contenus destinés aux jeunes (contenus destinés aux adultes)



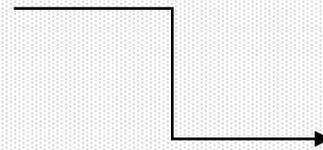
**Pourquoi parle-t-on  
d'addiction aux écrans ?** étude  
avec ados regardant leur fil instagram)



**Libération de la dopamine**  
(hormone du plaisir)



Ne pas avoir «peur», mais :



Encadrer & réfléchir sur  
cette expérience des  
«médias»



**Comment se construit cet idéal corporel?**





**Les ingrédients pour façonner un idéal corporel...**

**Impact du visuel** depuis l'enfance  
(perception et observations) ;

**La comparaison sociale ;**

**L'exposition répétée** à des contenus en  
lien avec l'image corporelle;

**L'influence des agents de socialisation** –  
parents, pairs, médias (fréquence &  
usages des RS)

**Apprentissage implicite** et automatique

## Parlons d'un stade de développement dans le processus de socialisation...

**Le stade perceptuel de 3 à 7 ans** : construction de ses connaissances en fonction de ses observations, et notamment de ce qu'il perçoit dans son environnement.

→ Fait attention aux indices visuels



A retenir –

Le jeune se construit d'après ses observations – le visuel est essentiel = construction d'une réalité (notre cerveau peut traiter des images entières que l'œil n'a « aperçu » que 13 millisecondes)



## Zoom sur les étapes de raisonnement de l'enfant

**Avant 6 ans** : description des personnes et les objets avec des termes précis et concrets. Focal sur les caractéristiques physiques « *Didier est plus grand que Pierre* ».

Les comparaisons directes avec d'autres personnes sont encore difficiles.

## Zoom sur les étapes de raisonnement de l'enfant

**Entre 6 et 8 ans** : intégration des comparaisons pour former ses opinions. Les comparaisons sont basées majoritairement sur des facteurs concrets ou des comportements observables avec, par exemple, des phrases du type « *Marie court plus vite que Jeanne* ».

## Zoom sur les étapes de raisonnement de l'enfant

**Entre 8 et 10 ans** : Formation des impressions et des opinions sur des attributs psychologiques ou abstraits, ce que nous retrouvons autour de phrases du genre : « *Antonia est sympathique* ».

C'est une phase importante dans la construction de la psychologie de l'enfant.

## Zoom sur les étapes de raisonnement de l'enfant

**Entre 11 et 12 ans** : Le jeune consommateur effectue des comparaisons fondées sur des attributs psychologiques et abstraits avec des expressions similaires à celles d'un adulte  
« *Jérémie est plus extraverti qu'Alain* ».

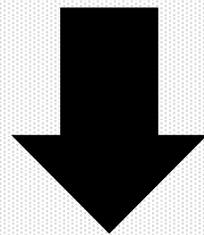


## La comparaison sociale...un facteur boosté par les réseaux sociaux !

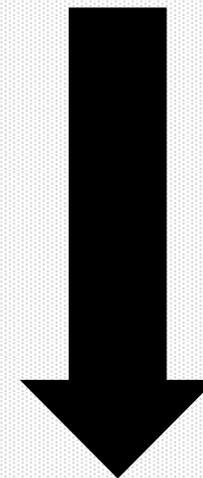
## *La théorie de la comparaison sociale* (Festinger, 1954)



**Tendance innée à se comparer** avec les autres dans le but de s'évaluer surtout *quand des mesures objectives n'existent pas !*



**Les femmes se comparent plus avec leurs pairs / moins d'impact des medias** (Heinberg & Thompson, 1992; Wheeler, 1992).



**Les femmes se comparent plus fréquemment** (Leahey & al. 2008; Ridolfi & al. 2011)

# *Les réseaux sociaux, un amplificateur de la comparaison!*

Sur les réseaux sociaux on se compare plus avec des pairs éloignés (pas amis, pas de célébrités) (Fardouly & al. 2015).



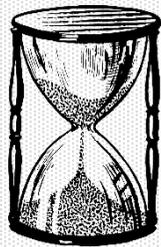
Quand on se compare avec des images diffusées sur les réseaux sociaux cela a un impact sur notre dénigrement corporel. **Plus le nombre d'images observé est élevé, plus la pression ressentie est forte** (Paul, 2018).



**Etude démontre que** l'exposition à des images de femmes minces et attractives a un effet négatif immédiat sur **l'humeur** des femmes et leur **insatisfaction concernant leur corps sur Instagram** (Brown & Tiggemann, 2016)



+



+



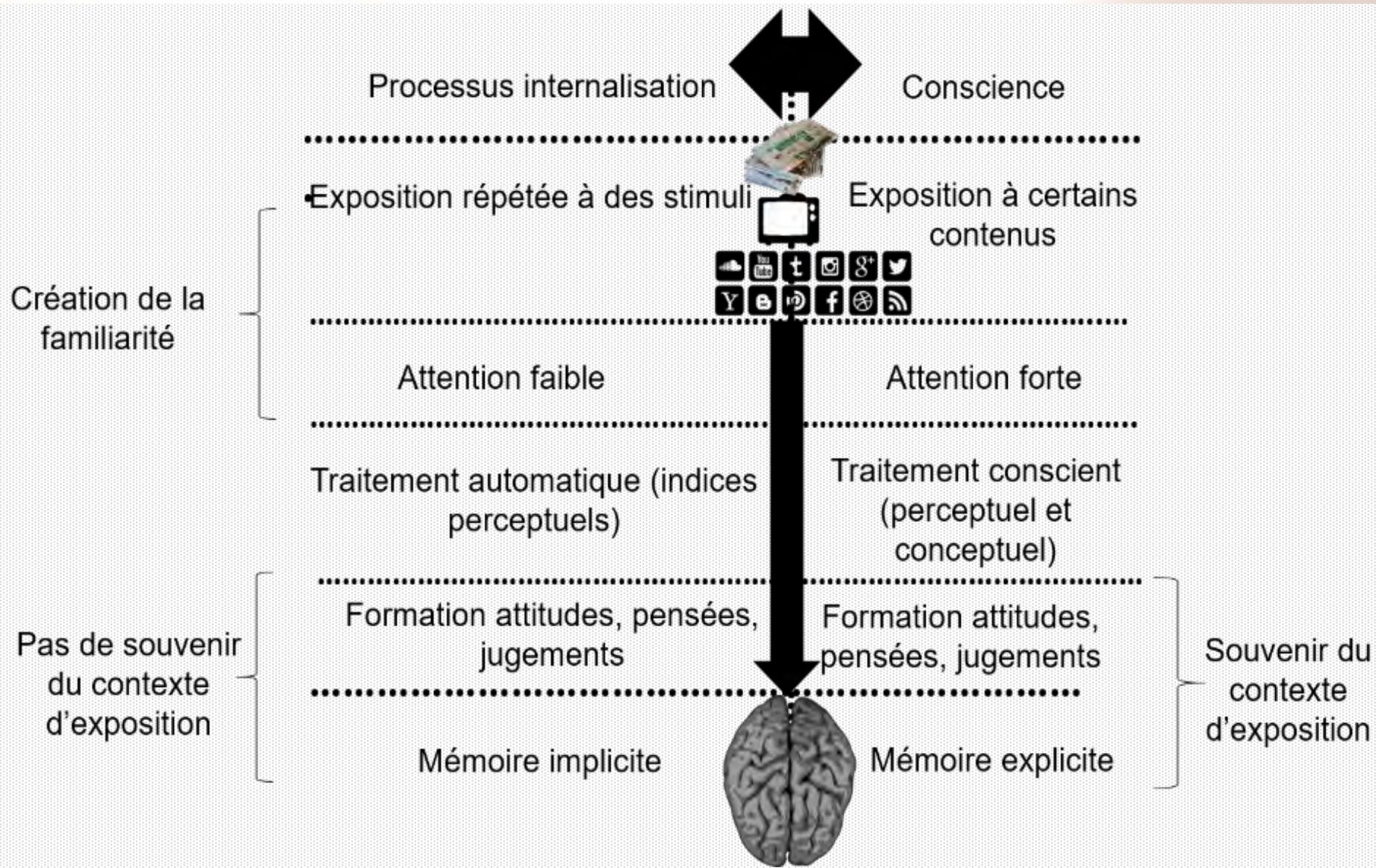
=



**Le temps consacré à la visualisations de photos sur FB** conduit à avoir une image négative de soi (Meier and Gray, 2014 in Bryant, 2018).



## Proposition d'un modèle d'influence...



Comment ca fonctionne?

## Décodage de ce modèle d'influence...(1)

1

Le développement de cet idéal corporel dans l'esprit de ces jeunes – ce processus serait **automatique** et spécifiquement *non conscient dans le processus d'acquisition et de formation.*

2

Le processus de **comparaison sociale** est **non conscientisé** (Gilbert & Morris, 1995; Want, 2009).

*...mais également le contexte d'exposition*  
(Intartaglia & Dubied, 2019).

## Comment ça fonctionne?

### Décodage de ce modèle d'influence...(2)

3

La **répétition** a des contenus liés à une image corporelle idéale quelle que soit la source (famille, proches, médias, réseaux sociaux, influenceurs) font que les jeunes traitent ces stimuli avec **une attention faible** (ce qui rend difficile le fait d'identifier ce qui génère cet idéal).

4

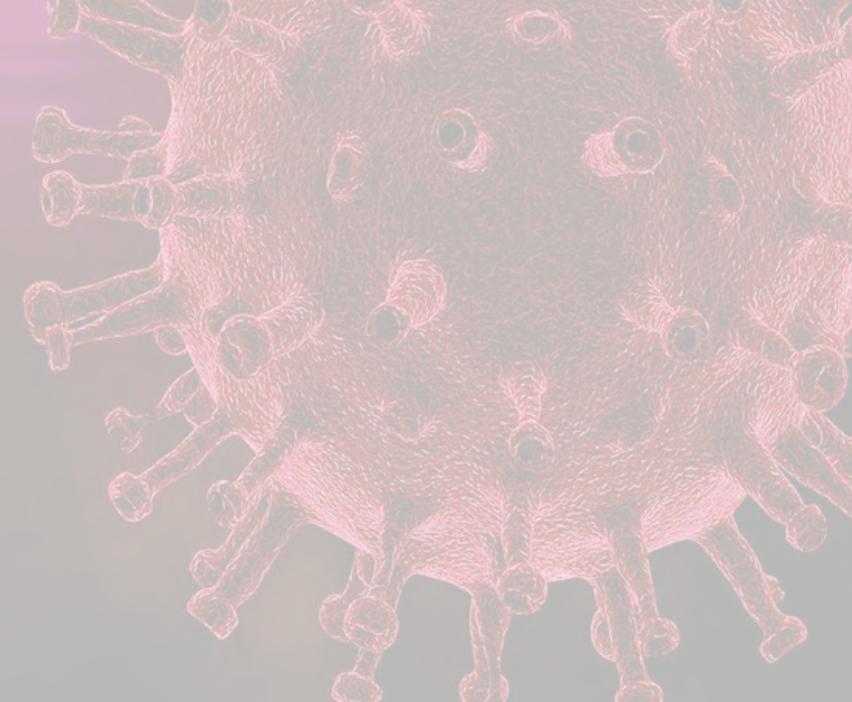
Les jeunes peuvent être également **conscients** des critères de beauté et de la représentation d'un idéal de beauté dans notre société de consommation (Halliwell & Ditmar, 2004)

Comment ça fonctionne?

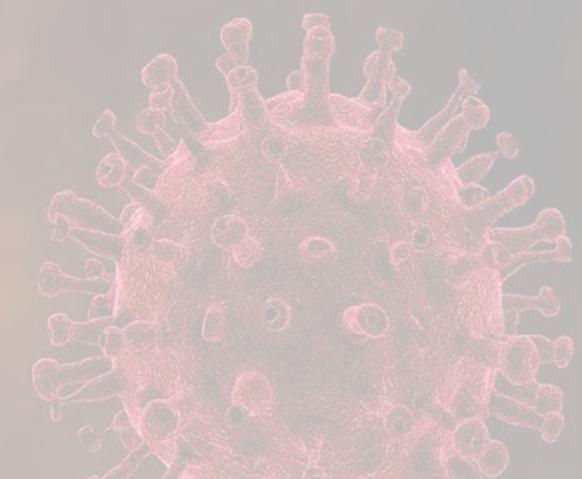
## Décodage de ce modèle d'influence...(3)

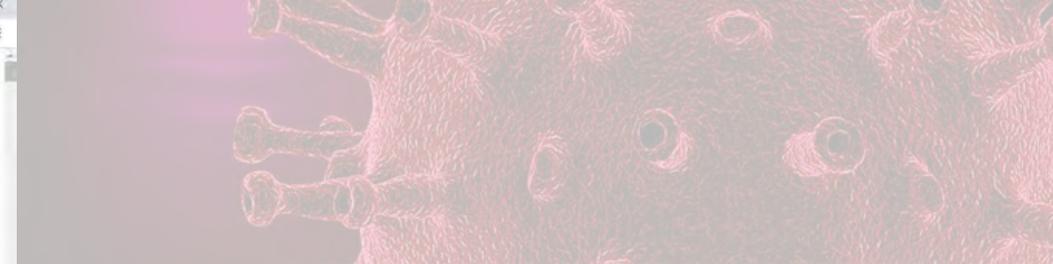
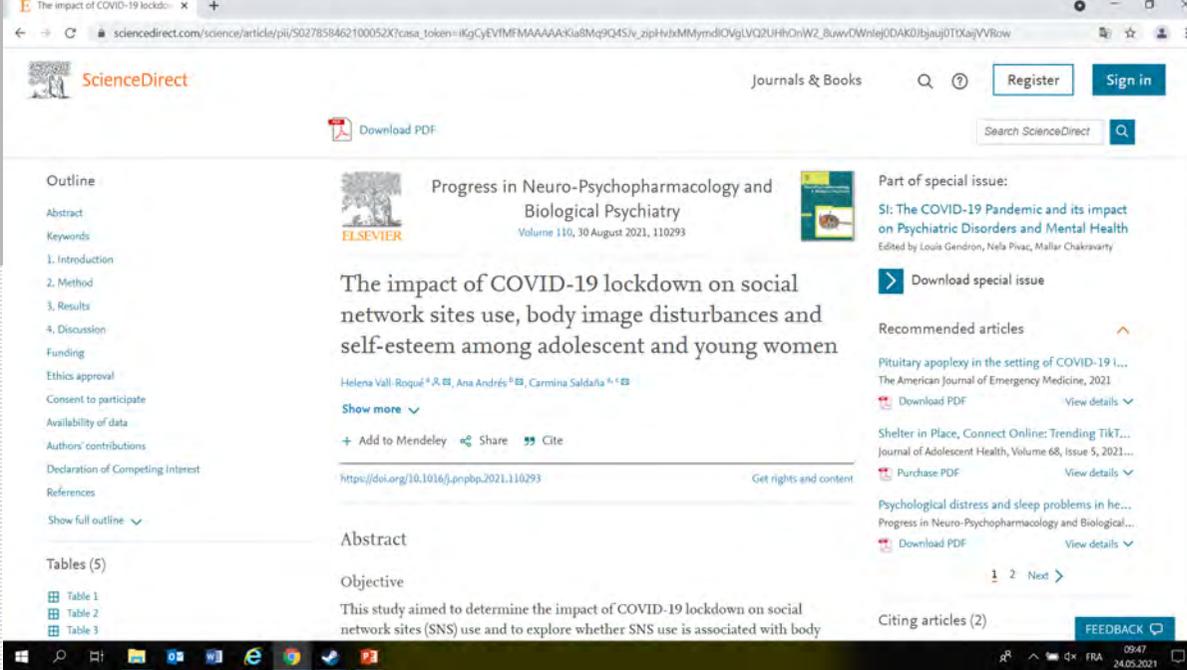
5

Ces représentations formées à son insu (dans le cadre de l'internalisation automatique) intègrent **son système de croyance profonde**. Ces critères de beauté deviennent des points de référence pour se situer mais également les autres.



## Le covid19, quel impact ?

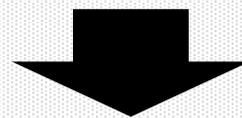




Vall-Roqué, H., Andrés, A., & Saldaña, C. (2021). The impact of COVID-19 lockdown on social network sites use, body image disturbances and self-esteem among adolescent and young women. *Progress in Neuro-Psychopharmacology and Biological Psychiatry*, 110, 110293.

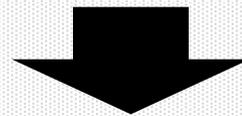
1

Mesure de l'impact du confinement – lien entre les usages des réseaux sociaux et les problèmes d'image corporelle et une faible estime de soi.



2

Etude quantitative réalisée auprès de n=2601 femmes de 14 à 35 ans (usage RS, estime de soi + insatisfaction corporelle)



3

Le confinement a eu un impact sur les usages des RS, ce qui se traduit par une augmentation des souhaits de minceur et des troubles du comportement alimentaire parmi les adolescentes et les jeunes femmes.

ScienceDirect Journals & Books Register Sign in

Download PDF

Progress in Neuro-Psychopharmacology and Biological Psychiatry  
Volume 110, 30 August 2021, 110293

The impact of COVID-19 lockdown on social network sites use, body image disturbances and self-esteem among adolescent and young women

Helena Vall-Roquet<sup>a,\*</sup>, Ana Andrés<sup>b</sup>, Carmina Saldaña<sup>a,c</sup>

Show more

+ Add to Mendeley Share Cite

<https://doi.org/10.1016/j.pnpb.2021.110293> Get rights and content

Abstract

Objective

This study aimed to determine the impact of COVID-19 lockdown on social network sites (SNS) use and to explore whether SNS use is associated with body

Part of special issue:  
SI: The COVID-19 Pandemic and its impact on Psychiatric Disorders and Mental Health  
Edited by Louis Gendron, Neela Pivac, Mallar Chakravarty

Download special issue

Recommended articles

Pituitary apoplexy in the setting of COVID-19 I...  
The American Journal of Emergency Medicine, 2021  
Download PDF View details

Shelter in Place, Connect Online: Trending TIKT...  
Journal of Adolescent Health, Volume 68, Issue 5, 2021...  
Purchase PDF View details

Psychological distress and sleep problems in he...  
Progress in Neuro-Psychopharmacology and Biological...  
Download PDF View details

1 2 Next >

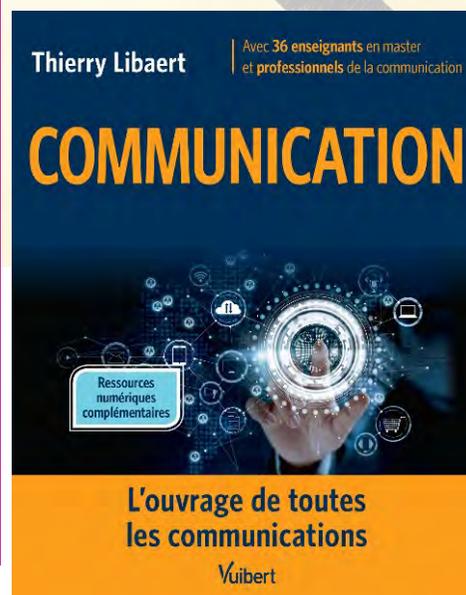
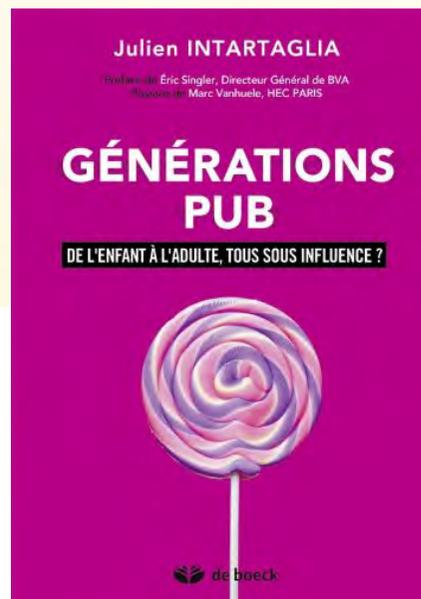
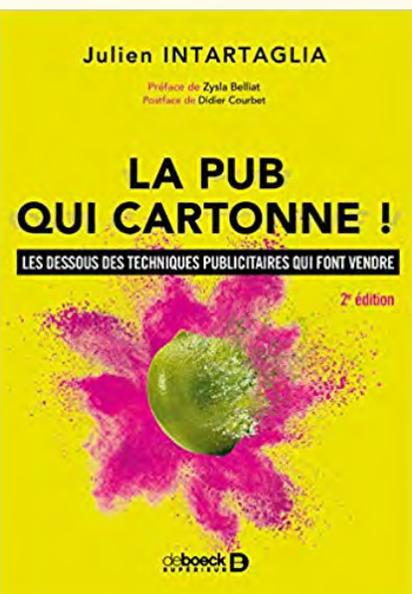
Citing articles (2) FEEDBACK

## Dans le détails...

Augmentation significative de la fréquence d'usage des RS (instagram, Youtube etc.)



Les participants qui ont passé + de 2h par jour sur Instagram = niveau d'insatisfaction corporel statistiquement plus élevé, un souhait de minceur plus fort et une estime de soi faible (vs celles qui passent 1 à 2h / jour sur instagram).



**Merci pour votre attention!**

**Pour rester en contact avec moi / +41 78 913 14 81**

