



Liens entre l'utilisation d'Instagram et la satisfaction corporelle des hommes

Mémoire doctoral

Mathieu Parent

Doctorat en psychologie
Docteur en psychologie (D. Psy.)

Québec, Canada

Liens entre l'utilisation d'Instagram et la satisfaction corporelle des hommes

Mémoire doctoral

Mathieu Parent

Sous la direction de :

Marie-Claude Richard, directrice de recherche

Résumé

Cette étude s'intéresse à la relation entre l'utilisation d'Instagram (IG) et la satisfaction corporelle chez les hommes québécois en transition à la vie adulte, avec la comparaison sociale ascendante liée à l'apparence comme variable pouvant partiellement expliquer cette relation. Outre la comparaison sociale ascendante liée à l'apparence, les variables étudiées sont le nombre de minutes passé sur IG, l'insatisfaction corporelle chez les jeunes hommes, l'homophilie physique perçue par les participants, le type d'utilisation d'IG ainsi que les motivations d'utilisation. Celles-ci sont mesurées à l'aide d'un questionnaire de 67 items, administré complètement en ligne. Celui-ci regroupe les données sociodémographiques, le *Perceived Homophily Measure*, le *Motive for Instagram Use Questionnaire*, le *Passive and Active Facebook Use Measure (PAUM)*, le *Physical Appearance Scale Comparison Scale-3 (PACS-3)* et le *Male Body Dissatisfaction Scale (MBDS)*. L'échantillon comprend 78 jeunes hommes québécois âgés de 18 à 32 ans qui possèdent un compte IG. Une régression linéaire simple montre que le nombre de minutes passées sur IG par jour n'est pas un bon prédicteur de l'augmentation de l'insatisfaction corporelle. Des corrélations ont été réalisées pour tenter de trouver des explications potentielles à ce résultat. Il apparaît que certaines caractéristiques de l'utilisation d'IG des jeunes adultes masculins sont liées à l'augmentation de l'insatisfaction corporelle, comme la tendance à se comparer aux autres par rapport à leur musculature. La recherche à ce sujet doit continuer pour développer une meilleure compréhension de ce phénomène et de ses conséquences sur la santé mentale des utilisateurs.

Table des matières

Résumé.....	ii
Liste des tableaux.....	iv
Liste des figures.....	v
Liste des acronymes.....	vi
Introduction.....	1
Transition à la vie adulte.....	2
Satisfaction corporelle.....	4
Comparaison sociale.....	6
L'utilisation des SRS.....	8
Population masculine.....	14
Objectifs, questions et hypothèses.....	18
Chapitre 1 : Méthode.....	20
Participants.....	20
Matériel.....	20
Données sociodémographiques.....	21
Utilisation d'IG.....	21
Comparaison sociale.....	23
Satisfaction corporelle.....	24
Procédure.....	24
Chapitre 2 : Résultats.....	25
Analyses descriptives.....	25
Analyses de régression linéaire.....	26
Analyses corrélationnelles.....	26
Chapitre 3 : Discussion.....	28
Constats principaux.....	28
Constats secondaires.....	34
Forces et limites de l'étude.....	36
Conclusion.....	38
Bibliographie.....	39
Annexe A – Questionnaire.....	69
Annexe B - Formulaire de consentement.....	84
Annexe C - Tableaux.....	86
Annexe D - Figure 1.....	87

Liste des tableaux

Tableau 1 - Données sociodémographiques	86
Tableau 2 - Normalité des données.....	87
Tableau 3 - Matrice de corrélations	87

Liste des figures

Figure 1 - Modèle de médiation.....	87
-------------------------------------	----

Liste des acronymes

APA	American Psychiatric Association
DSM	Diagnostic and Statistical Manual of Mental Disorders
FB	Facebook
IG	Instagram
IMC	Indice de masse corporelle
MBDS	Male Body Dissatisfaction Scale
PACS-3	Physical Appearance Comparison Scale - 3
PAUM	Passive and Active Facebook Use Measure
SRS	Sites de réseautage social
TCA	Trouble des conduites alimentaires

Introduction

La transition à la vie adulte est une période marquante du développement caractérisée par la formation de l'identité (Arnett, 2000; Chung et coll., 2014; Schwartz et coll., 2015). L'apparence corporelle prend une place importante dans la formation identitaire dans cette période, puisque cette transition se caractérise par la recherche de partenaires amoureux et sexuels (Arnett, 2000). Toutefois, une multitude de facteurs amènent les individus à faire une évaluation négative leurs corps (Fiske et coll., 2014), qui peut entraîner des conséquences dont les effets sur la santé mentale peuvent se faire sentir à long terme. L'incertitude qui caractérise cette période est susceptible d'augmenter le recours à la comparaison sociale, alors que les individus sont portés à se comparer aux autres pour savoir où ils se situent dans leur contexte social (Arnett, 2000). Or, des travaux démontrent que le phénomène de comparaison sociale est accentué par l'utilisation des sites de réseautage social (SRS) (Appel, Gerlach, & Crusius, 2016; Feinstein et coll., 2013), qui fait partie intégrante de la vie des jeunes en transition vers la vie adulte (Huang & Su, 2018; Smith & Anderson, 2018). Non seulement ces sites favorisent la comparaison sociale, mais ils sont aussi reconnus comme propices à la comparaison sociale ascendante, soit le fait de se comparer à des individus jugés supérieurs à soi (Sabatini & Sarracino, 2015). C'est ce type de comparaison qui a été particulièrement associé à une évaluation négative de son apparence corporelle (Hanna et coll., 2017). IG apparaît comme un SRS d'intérêt en lien avec ses effets sur la satisfaction corporelle, parce qu'il se démarque des autres plateformes par ses fonctions principales, soit le partage de photos et de vidéos. Les études mesurant l'utilisation d'IG l'ont majoritairement fait auprès d'un échantillon féminin (Fardouly & Vartanian, 2016). Pourtant, il semble que son utilisation a également des effets sur la construction de l'identité adulte des hommes, et notamment sur l'évaluation qu'ils font de leur apparence corporelle (Holland & Tiggemann, 2016). Dans la mesure où une évaluation négative de son apparence corporelle peut entraîner plusieurs conséquences négatives chez les jeunes hommes, telles que l'apparition de symptômes dépressifs (Sharpe et coll., 2017), il faut étudier ce phénomène et les facteurs qui y sont possiblement associés chez une population masculine.

Les prochaines sections permettront de présenter en détail les notions centrales de ce projet de mémoire, soit la transition à la vie adulte, la satisfaction corporelle, la comparaison sociale,

l'utilisation des SRS et les connaissances spécifiques à la population masculine. Cette première partie se conclura par la présentation des objectifs et hypothèses de recherche.

Transition à la vie adulte

Dans cette section, la transition à la vie adulte et ses enjeux seront présentés, plus particulièrement ceux entourant la formation identitaire.

L'entrée dans la vie adulte est une période marquée par de grands changements qui apportent leur lot de nouveaux défis. Effectivement, les jeunes peuvent passer par de nombreuses transitions, telles que le départ de la maison, l'indépendance financière, l'entrée sur le marché du travail ou encore l'arrivée d'un enfant (Nelson et coll., 2008; Rindfuss, 1991; Swartz, Hartmann, & Rumbaut, 2017). Toutefois, il est aujourd'hui reconnu que ces marqueurs traditionnels ne sont plus appropriés pour définir l'entrée dans la vie adulte (Konstam, 2015; Mary, 2014; Swartz et coll., 2017). Dans les sociétés occidentales, il existe une grande variabilité quant au moment où ces transitions arrivent dans la vie des jeunes (Arnett, 2000) et le manque de marqueur précis peut créer des sentiments d'incertitude et de confusion pour les jeunes (Swartz et coll., 2017). Certains se considèrent comme adultes à l'âge de 18 ans, alors que ce n'est pas le cas pour d'autres individus plus vieux. Selon Arnett (2000), cette période d'exploration, qui s'étend généralement de l'âge de 18 ans jusqu'à la fin de la vingtaine (Arnett, 2006) ou au début de la trentaine (Swartz et coll., 2017), représente une phase transitionnelle où les jeunes sont qualifiés « d'adultes émergents ». Cette période se distingue de l'adolescence et de l'âge adulte, alors que les personnes naviguent au travers des différentes options de carrières, de relations et de logements qui s'offrent à eux avant d'intégrer des rôles qui leur correspondront en tant qu'adultes (Kendig, 2014; Manago & Vaughn, 2015; Nelson et coll., 2008).

Il est important de s'intéresser à ce stade de la vie, puisqu'il représente une étape déterminante qui façonne l'identité des jeunes pour leur vie d'adulte (Côté & Levine, 2014; Luyckx et coll., 2013; Schwartz, 2016; Shanahan, 2000). Pour Erikson (1968), l'identité renvoie à l'impression de similitude et de continuité d'un individu au travers du temps et des rôles sociaux (traduction libre, p.50). En d'autres mots, c'est la perception d'une personne face à qui elle est (Cabaniss et coll., 2017; p. 49). La construction de l'identité renvoie quant à elle à la façon dont

un individu utilise ce qu'il connaît de lui-même pour choisir et remplir les rôles qui le représentent le mieux dans la société (Alsaker & Kroger, 2006). Pour Schwartz, Côté et Arnett (2005), les jeunes doivent d'abord se construire une identité stable afin de guider les décisions qui perdureront pour le reste de la vie (choix de carrière, choix de partenaire amoureux, etc.). Or, la grande instabilité qui caractérise cette période suggère qu'il peut être difficile de se former une identité stable (Arnett, 2014; Konstam, 2015). Aussi, plusieurs auteurs soulignent que l'individualisation grandissante de cette période au cours des dernières décennies (Arnett, 1998; Macmillan, 2006; Manzoni, 2016; Settersten Jr, 2007) a contribué à embrouiller les règles quant aux objectifs à atteindre en tant qu'adultes. Les individus ont donc moins de repères (Konstam, 2015; Swartz et coll., 2017) et doivent se bâtir une définition personnelle de ce que c'est que d'être un adulte (Schwartz et coll., 2012). En somme, les incertitudes et questionnements inhérents à la transition à la vie adulte peuvent mener les individus à vivre une certaine forme de détresse identitaire (Berman & Montgomery, 2014; Schwartz, 2016).

Parmi les caractéristiques permettant de définir l'identité, l'apparence corporelle occupe une grande importance chez les individus occidentaux (Negrin, 2008). Effectivement, selon Negrin (2008), la conception identitaire repose de plus en plus sur l'esthétique, ce qui donne au corps une place de prédilection dans la formation de l'identité. Ce constat n'est pas novateur : il y a plusieurs décennies, Erikson (1968) rapportait déjà qu'une personne doit se sentir « à la maison dans son propre corps » pour développer un sens identitaire optimal (traduction libre, p.165). Toutefois, plusieurs facteurs, qui seront présentés dans la prochaine section, amènent les individus à évaluer négativement leur apparence corporelle (Fiske et coll., 2014; Karazsia, Murnen & Tylka, 2017; Tiggemann, 2012). Il est pourtant reconnu que l'évaluation qu'une personne fait de son corps représente une partie essentielle de son identité (Kling, Wängqvist, & Frisé, 2018; Markey, 2010), et cette évaluation est encore plus importante lors de la transition à la vie adulte. En effet, l'importance accordée à la recherche de partenaires amoureux et sexuels durant cette période (Arnett, 2000) contribue à mettre l'emphase sur son corps dans la définition de soi. Il n'est donc pas surprenant de constater que l'insatisfaction à l'égard de son apparence corporelle peut affecter le développement identitaire (Markey, 2010; Nelson et coll., 2008; Nelson et coll., 2018; Wängqvist & Frisé, 2013), qui est prédominant dans le passage à la vie adulte.

En somme, le passage à la vie adulte est une période marquante pour la construction identitaire des individus. Or, l'apparence corporelle est une composante importante de la formation identitaire, qui peut être ébranlée par une évaluation négative de son corps. La prochaine section traitera du concept de satisfaction corporelle et des facteurs qui peuvent l'influencer.

Satisfaction corporelle

La section précédente a permis de situer la satisfaction corporelle comme un facteur important dans la construction identitaire. Cette section recense les écrits consultés sur les causes individuelles et sociales, ainsi que les conséquences possibles de l'évaluation négative de l'apparence corporelle.

L'image corporelle est un construit multidimensionnel qui se définit par les perceptions, pensées, émotions et comportements d'une personne à propos de son corps (Grogan, 2016; Muth & Cash, 1997). Selon Grogan (2016), l'attitude par rapport à l'image corporelle se mesure généralement à l'aide de quatre composantes, soit la satisfaction subjective, les affects, les cognitions et les comportements liés au corps. L'insatisfaction corporelle réfère aux émotions et aux pensées négatives qu'une personne peut avoir à propos de son corps (Grogan, 2016) et elle peut être liée au poids, à la musculature, à la forme ou à la taille du corps. Généralement, un individu vit de l'insatisfaction corporelle lorsque la perception de son corps diverge du corps désiré (Dion et coll., 2015; Grogan, 2016). L'insatisfaction corporelle représente un sujet d'intérêt pour les adultes en transition à la vie adulte, car le corps fait partie de l'identité d'un individu (Fallon, 1990) et qu'une insatisfaction par rapport à celui-ci est considérée comme un potentiel facteur de risque (Griffiths et coll., 2016) en lien avec plusieurs conséquences négatives, notamment l'apparition de troubles des conduites alimentaires (TCA) (Fairweather-Schmidt & Wade, 2016; Hospers & Jansen, 2005; Neumark-Sztainer et coll., 2006; Polivy & Herman, 2002; Stice, 2002), de symptômes dépressifs (Morin et coll., 2017; Olivardia, Pope, Borowiecki, & Cohane, 2004; Paxton, Neumark-Sztainer, Hannan, & Eisenberg, 2006) et anxieux (Vannucci & Ohannessian, 2018). D'ailleurs, selon Stice (2002), l'insatisfaction corporelle est le facteur de risque le plus robuste pour expliquer l'apparition d'un TCA.

Plusieurs facteurs peuvent influencer le degré d'insatisfaction corporelle d'un individu. Parmi les facteurs individuels, il y a notamment l'âge, l'indice de masse corporelle (IMC) ou encore l'orientation sexuelle. En ce qui concerne l'âge, les résultats quant à son impact sur la satisfaction corporelle sont mitigés. Certains auteurs rapportent que l'insatisfaction corporelle diminue avec l'âge (Bucchianeri, Serrano, Pastula, & Corning, 2014; Esnaola, Rodríguez & Goñi, 2010; Peat et coll., 2011), alors que d'autres constatent qu'elle demeure stable (Dye, 2016; Tiggemann, 2004). Les différences entre les études sont inexplicables, mais il apparaît que les études composées d'échantillons exclusivement masculins (Bucchianeri et coll., 2014; Peat et coll., 2011) sont celles qui arrivent à la conclusion que la satisfaction corporelle diminue avec l'âge. L'IMC correspond au taux approximatif du niveau de graisse corporelle, qui peut être calculé en divisant le poids d'une personne par sa grandeur au carré (Frederick et coll., 2012). Selon la littérature consultée, l'IMC d'un individu a une relation linéaire positive avec l'insatisfaction corporelle : plus il est élevé, plus cette dernière l'est aussi (Ålgars et coll., 2009; Sira & White, 2011). La relation entre l'IMC et la satisfaction corporelle pourrait cependant être plus complexe chez les hommes, étant donné que la minceur peut également représenter une source d'insatisfaction corporelle pour eux (Calzo et coll., 2012; Frederick et coll., 2007; Frederick et coll., 2012). Un faible IMC peut donc également être associé à de l'insatisfaction corporelle chez ces derniers. En ce qui concerne l'orientation sexuelle, la situation diverge aussi selon le genre. Chez les femmes, les personnes homosexuelles vivent moins d'insatisfaction corporelle que celles hétérosexuelles (Morrison, Morrison & Sager, 2004), alors que c'est le contraire chez les hommes (Alleva et coll., 2018; Broere, 2019; He et coll., 2020; Jankowski, Diedrichs, & Halliwell, 2014; Lanzieri & Hildebrandt, 2016; McArdle & Hill, 2009; Murnen & Karazsia, 2017; Tiggemann, Martins, & Kirkbride, 2007). Ce constat peut notamment être expliqué par le fait que les hommes priorisent l'attraction physique pour la sélection de partenaires amoureux (Siever, 1994), ce qui place une plus grande pression corporelle sur les individus qui cherchent à plaire à des hommes.

Dans les sociétés occidentales, les facteurs sociaux sont aussi très importants à prendre en considération dans le développement de l'insatisfaction corporelle, puisqu'ils seraient de très bons prédicteurs de son apparition (Stormer & Thompson, 1996). Une théorie bien établie dans la littérature pour expliquer l'insatisfaction corporelle est la théorie socioculturelle (Fallon, 1990; Levine & Harrison, 2004; Morrison, Morrison, & Hopkins, 2003). Selon celle-ci, les personnes développent une insatisfaction par rapport à leur corps puisqu'elles sont exposées à des standards

de beauté irréalistes et sentent une pression à les atteindre. Selon le modèle d'influence tripartite (Thompson et coll., 1999), cette pression provient à la fois de l'environnement socioculturel (principalement via les médias), des pairs et de la famille. Chez les femmes modernes, cette pression renvoie à un idéal de minceur (Grabe, Ward, & Hyde, 2008; Groesz, Levine, & Murnen, 2002; Mingoia et coll., 2017), alors qu'elle se traduit par un corps athlétique (haut degré de muscle et faible taux de gras) chez les hommes (Carrotte, Prichard, & Lim, 2017; Galioto, 2013; Grogan, 2016; Leit, Pope Jr, & Gray, 2001; Morrison et coll., 2003; Murray et coll., 2017; Tamplin, McLean, & Paxton, 2018). Cette forme corporelle idéale est d'ailleurs intégrée chez les individus dès l'enfance (Baghurst, Griffiths, & Murray, 2018; Harriger et coll., 2019). Pour Thompson et collaborateurs (1999), ces trois sources d'influence contribuent à une internalisation de ces idéaux sociétaux chez les individus, signifiant que ceux-ci développent la pensée qu'ils doivent ressembler aux normes sociales et que ces dernières représentent le standard à atteindre. Les individus ayant intégré ces idéaux de beauté seront incités à se comparer aux autres et éventuellement développer des malaises et des inconforts par rapport à leur corps/apparence (Stice & Shaw, 1994), étant donné l'écart qui existe entre la perception de son propre corps et de l'idéal véhiculé par la société. D'ailleurs, dans leur étude qualitative auprès de personnes âgées de 18 à 25 ans, Alleva et collaborateurs (2019) ont trouvé que le thème qui ressort le plus souvent lorsque les participants parlent de leur apparence corporelle est la comparaison à la norme.

En somme, plusieurs facteurs individuels influencent le degré d'insatisfaction corporelle chez les individus. De plus, les standards de beauté auxquels les individus sont exposés dans les médias contribuent à l'internalisation d'un idéal corporel et en conséquence, au développement d'une insatisfaction par rapport à son apparence. Pour estimer où ils se situent par rapport aux autres selon cet idéal, les individus utilisent la comparaison sociale.

Comparaison sociale

Dans cette section, les raisons expliquant le recours à la comparaison sociale et les types de comparaison sociale sont présentés. Selon la littérature, les conséquences possibles de la comparaison sociale varient en fonction de sa direction.

Pour s'autoévaluer, pour s'améliorer ou se développer, les individus se comparent aux autres (Taylor, Wayment, & Carrillo, 1996). Cette tendance innée est connue sous le nom de « Comparaison sociale » et selon la théorie de Festinger (1954), elle permet d'apprendre à mieux se connaître et à s'évaluer de manière juste (Taylor et coll., 1996). Ainsi, en s'affiliant avec les autres, les individus cherchent à obtenir des informations qui leur donnent la possibilité d'évaluer plus objectivement leurs propres opinions et habiletés (Festinger, 1954; Taylor & Lobel, 1989). Cette affiliation constitue une façon d'obtenir l'information nécessaire de manière efficiente, sans devoir s'épuiser cognitivement (Mussweiler, Rüter, & Epstude, 2006). Pour y parvenir, plusieurs moyens sont possibles : lire à propos des autres, entendre des histoires à propos des autres ou les observer, soit en personne, soit par le biais des médias (Dibb, 2019; Lee, 2014). Selon les résultats de l'étude de Summerville et Roese (2008), où les participants devaient enregistrer leurs pensées pendant deux semaines, 7% des pensées quotidiennes sont liées à la comparaison sociale. Il semble donc que ce processus puisse être automatique. De plus, contrairement à ce que Festinger (1954) avançait dans sa théorie, le contexte social peut l'influencer. En effet, certaines comparaisons sociales semblent imposées par l'environnement, sans qu'une personne sélectionne volontairement l'objet de comparaison (Gilbert, Giesler & Morris, 1995; Wood, 1989). Il suffit de penser aux standards de beauté véhiculés par les médias (Botta, 1999; Buote et coll., 2011; Fairweather-Schmidt & Wade, 2016), auxquels les individus sont constamment exposés et qui peuvent devenir des objets de comparaison imposés.

Ce processus de comparaison aux autres peut changer la façon dont les gens se perçoivent (Gallinari, 2017; Morse & Gergen, 1970). D'ailleurs, le type de comparaison sociale effectué par les individus est adapté au but recherché (Wood, 1989). La comparaison sociale descendante, soit le fait de se comparer à des personnes jugées inférieures à soi (Wills, 1981), peut avoir lieu lorsqu'un individu cherche à protéger ou améliorer son estime de soi (Wood, 1989). Par exemple, Gibbons (1986) rapporte que des personnes déprimées étaient de meilleure humeur après s'être comparées à d'autres gens qui se sentaient moins bien qu'elles. Aspinwall et Taylor (1993) affirment que la comparaison sociale descendante peut aider les gens avec une moins bonne estime de soi à être de meilleure humeur et à améliorer leur perception d'eux-mêmes. La comparaison sociale ascendante, soit le fait de se comparer à quelqu'un jugé supérieur à soi (Sabatini & Sarracino, 2015), peut se produire lorsque les individus cherchent à s'améliorer (Wheeler, 1966).

Elle peut donc motiver les individus à atteindre un certain objectif en se comparant aux individus qui y sont arrivés (Taylor & Lobel, 1989). Toutefois, le fait de se comparer à des gens jugés supérieurs à soi peut aussi entraîner une diminution du bien-être chez l'individu qui se compare (Wheeler & Miyake, 1992).

Certains éléments propres aux adultes émergents les placent particulièrement à risque de vivre les conséquences négatives de la comparaison sociale. Il a déjà été discuté que la période d'incertitude qu'ils traversent est un facteur qui favorise le recours à la comparaison sociale (Festinger, 1954). Par ailleurs, ils sont très actifs sur les sites de réseautage social (SRS), tels que Facebook (FB), IG, Snapchat ou Twitter. En effet, les 18-29 ans sont plus nombreux que n'importe quelle autre tranche d'âge à utiliser les SRS (Smith & Anderson, 2018), qui sont reconnus comme des espaces virtuels propices à la comparaison sociale ascendante. Dans leur revue littéraire, Coyne, Padilla-Walker et Howard (2013) rapportent d'ailleurs que les adultes émergents passent plus de temps à utiliser les médias qu'à faire n'importe quelle autre activité.

En somme, la comparaison sociale est un processus mental commun qui permet aux gens de se situer par rapport aux autres. Lorsque ce processus est utilisé pour se comparer à des individus jugés supérieurs à soi, il peut mener à des effets négatifs. Les jeunes en transition vers la vie adulte sont particulièrement à risque de subir ces effets, notamment en raison de leur grande présence sur les SRS, qui sont reconnus comme des plateformes favorisant la comparaison sociale.

L'utilisation des SRS

Cette section présente brièvement les SRS et les motivations possibles à l'origine de leur utilisation. La façon dont les utilisateurs s'y présentent et les raisons qui font que ceux-ci sont propices à la comparaison sociale sont également discutées. Le SRS sur lequel porte cette étude, IG, sera présenté plus en profondeur.

Les SRS sont des plateformes en ligne qui donnent l'occasion aux utilisateurs (1) de se créer un profil unique de contenu fourni par l'utilisateur lui-même ou par d'autres utilisateurs (2) d'émettre des connexions publiques qui peuvent être vues par les autres et (3) de consommer,

produire et/ou d'interagir avec du contenu généré par leurs connexions sur le site (Ellison & Boyd, 2013). Leurs connexions peuvent inclure des gens qu'ils ne connaissent pas à l'extérieur du SRS en question (Verduyn et coll., 2017). La popularité des SRS auprès de la population est indéniable : en 2018, c'est environ 53% de la population mondiale qui était active sur ceux-ci (Poushter, Bishop, & Chwe, 2018), pourcentage qui était encore plus élevé au Canada (68%). D'ailleurs, dans leur étude auprès d'adultes américains âgés de 18 à 55 ans, Hofmann, Vohs et Baumeister (2012) ont trouvé qu'il est plus facile de résister à l'envie de fumer une cigarette ou de boire de l'alcool que d'utiliser une quelconque forme de média. Avec l'arrivée des cellulaires, l'accès aux SRS est facilité, et il est maintenant possible pour les gens de communiquer et de suivre la vie des autres en tout temps (Duggan & Smith, 2013).

Pour comprendre l'intérêt marqué envers les SRS, la théorie des usages et gratifications (U&G) peut être utile. En effet, cette approche considère que l'utilisation active des médias de masse s'explique par les gratifications qu'elle procure aux utilisateurs (Stafford & Stafford, 2001). Ce modèle permet notamment de comprendre l'usage de la radio, de la télévision, d'Internet (Ruggiero, 2000) ou encore du téléphone cellulaire (Leung & Wei, 2000). Ce n'est que récemment que les études ont commencé à considérer l'utilisation des SRS selon cette théorie (Bonds-Raacke & Raacke, 2010; Ku, Chu, & Tseng, 2013; Park, Kee, & Valenzuela, 2009; Quan-Haase & Young, 2010).

Étant donné la grande diversité des SRS, l'objectif recherché par les utilisateurs peut grandement varier d'une plateforme à l'autre. Par exemple, certains sites peuvent avoir une utilité professionnelle (ex. LinkedIn), alors que d'autres sont utilisés à des fins de loisir (ex. Facebook) (Verduyn et coll., 2017). Toutefois, en général, les auteurs dans le domaine s'entendent pour dire que la principale motivation à utiliser les SRS est sociale, et renvoie précisément à la possibilité d'entretenir des relations (Heravi, Mubarak, & Choo, 2018; Ku et coll., 2013; Manago, 2015; Richter & Koch, 2008; Ryan et coll., 2014; Yazdanparast, Joseph, & Qureshi, 2015) ou d'en construire de nouvelles (Heravi et coll., 2018; Lenhart et coll., 2015). Les autres motivations fréquemment citées sont le divertissement (Heravi et coll., 2018; Ku et coll., 2013; Park et coll., 2009; Quan-Haase & Young, 2010) ainsi que la recherche d'informations (Heravi et coll., 2018; Ku et coll., 2013). L'utilisation des SRS vient donc satisfaire toutes sortes de besoins chez les

usagers. Cela peut avoir des effets positifs chez eux, comme la diminution du sentiment de solitude (Deters & Mehl, 2013) lorsque la principale motivation d'utilisation est sociale. Toutefois, il peut y avoir des effets négatifs lorsque les utilisateurs cherchent à s'informer sur leur situation par rapport aux autres et qu'ils commencent à se comparer à ceux-ci (Steers, Wickham, & Acitelli, 2014).

Les SRS facilitent la comparaison sociale en raison de la quantité d'information sur les autres à laquelle ils donnent accès (Fardouly, Pinkus & Vartanian, 2017; Rounsefell et coll., 2020; Sabatini & Sarracino, 2015). De plus, le fait qu'une bonne partie du contenu auquel l'utilisateur est exposé soit publié par des pairs, et donc perçu comme similaire à soi sur plusieurs aspects, fait en sorte que les objets de comparaison sur les SRS sont perçus comme plus appropriés par les usagers que ceux montrés dans les médias traditionnels (Fardouly et coll., 2017). Or, étant donné que les utilisateurs s'y présentent généralement sous un jour plus positif (Gonzales & Hancock, 2011; Hollenbeck & Kaikati, 2012; Manago et coll., 2008; Nadkarni & Hofmann, 2012; Rosenberg & Egbert, 2011; Shafie, Nayan, & Osman, 2012; Zhao, Grasmuck, & Martin, 2008), ces informations sont susceptibles de générer davantage de comparaison sociale ascendante. C'est d'ailleurs le résultat qui ressort de l'étude de Vries et Kühne (2015), où l'usage de FB est associé à ce type de comparaison chez les adultes émergents. Ainsi, contrairement aux médias traditionnels, les SRS donnent l'opportunité aux utilisateurs d'avoir un rôle plus actif et de créer du contenu (Lee et coll., 2014). Ils ont donc un grand pouvoir sur leur présentation de soi, soit le processus par lequel ils communiquent une image d'eux aux autres (Baumeister, 1982; Leary & Kowalski, 1990). Toutefois, le fait d'avoir un plus grand public en ligne leur donne l'impression qu'ils doivent se présenter d'une manière optimale (Manago, 2015; McLean, Syed, & Manago, 2014). Leur identité en ligne devient alors une extension de l'identité hors ligne (McCay-Peet & Quan-Haase, 2016), où il est plus facile de se présenter sous son meilleur jour, puisque les utilisateurs ont le pouvoir de contrôler l'impression que les autres se font d'eux (Hollenbeck & Kaikati, 2012; Rodgers & Melioli, 2016). Ils ont effectivement la possibilité d'éditer ou de retirer les photos d'eux qu'ils jugent comme peu flatteuses (Lang & Barton, 2015; Toma & Hancock, 2010), et de présenter seulement les aspects de leur personne qu'ils jugent désirables. Les adultes émergents sont particulièrement à risque d'adopter ce type de comportement, puisqu'ils se trouvent dans une période d'incertitude où ils cherchent leur identité et où ils doivent réaffirmer qui ils sont.

Ils ont donc une motivation particulière à gérer leur image et la manière dont ils se présentent aux autres (Baumeister, 1982; Leary & Kowalski, 1990). Les autres usagers se retrouvent alors face à des objets de comparaison qui projettent une réalité améliorée (Zhang & Centola, 2020), ce qui peut leur faire croire que les autres sont plus heureux qu'eux ou encore qu'ils ont une meilleure vie (Chou & Edge, 2012). Les utilisateurs plus jeunes sont particulièrement à risque de vivre des conséquences négatives de leur utilisation des SRS, alors qu'ils ont une plus forte tendance à utiliser la comparaison sociale ascendante sur ceux-ci (Johnson, 2020). Bref, il apparaît que les usagers occupent deux rôles sur les SRS, soit celui « d'acteur », où ils publient une version améliorée d'eux, et celui de « consommateur », où ils se comparent aux autres « acteurs », qui peuvent également se présenter sous leur meilleur jour.

De façon générale, des travaux ont associé des conséquences négatives à la comparaison sociale ascendante, notamment des symptômes dépressifs (Appel et coll., 2016; Feinstein et coll., 2013; Nesi & Prinstein, 2015; Steers et coll., 2014), un bien-être subjectif plus faible (Verduyn et coll., 2017), de l'envie (Chou & Edge, 2012; Krasnova et coll., 2013) ainsi que de l'insatisfaction corporelle (Fardouly & Vartanian, 2015; Haferkamp & Krämer, 2011; Hanna et coll., 2017). La méta-analyse de Myers et Crowther (2009) rapporte d'ailleurs que le fait de comparer son apparence corporelle à d'autres personnes peut mener à une insatisfaction de sa propre apparence, avec une taille d'effet significative ($d = 0.77$). Celle-ci inclut 156 études et examine la relation entre la comparaison sociale et l'insatisfaction corporelle.

Il est possible de supposer que l'utilisation des SRS implique une pression constante à atteindre un idéal par ailleurs irréaliste, puisque les utilisateurs sont confrontés à tous les éléments de leur environnement socioculturel en même temps. En effet, ils peuvent tout autant établir des connexions avec des mannequins et des célébrités qu'avec leur famille ou leurs amis (Jones, 2001). Ils peuvent ainsi se comparer à tous ces autres utilisateurs selon plusieurs critères : apparence physique, poids, grandeur, régime alimentaire, etc. (Lonergan et coll., 2021). Il est toutefois à noter que la littérature scientifique consultée sur l'impact de la comparaison sociale en ligne sur la satisfaction corporelle concerne majoritairement l'usage de FB (Appel et coll., 2016; Fardouly et coll., 2015; Feinstein et coll., 2013; Gerson, Plagnol, & Corr, 2016; Jang, Park, & Song, 2016; Lee, 2014; Park & Baek, 2018). Par exemple, dans leur étude auprès d'étudiants universitaires,

Manago et collaborateurs (2015) ont trouvé que plus les participants sont actifs sur FB, plus ils ont tendance à surveiller leur corps et plus leur estime de soi fluctue en fonction de leur apparence physique. Chez des échantillons féminins, d'autres études corrélationnelles appuient l'hypothèse qu'il existe une association négative entre la satisfaction corporelle et l'utilisation active des SRS (Cohen, Newton-John & Slater, 2017; Kim & Chock, 2015; Meier & Gray, 2014). Deux études incluant des participants masculins ont été trouvées et leurs résultats confirment qu'une utilisation active des SRS entretient une relation négative avec la satisfaction corporelle chez cette population (Flannery, Harris & Kenny, 2021; Lonergan et coll., 2019). Selon la méta-analyse de Mingoia et coll. (2017), l'utilisation de fonctions liées à l'apparence sur les SRS (publier ou regarder des photos) est liée à une perturbation de l'image corporelle chez les femmes. Les résultats des études de Meier et Gray (2014) ainsi que Cohen et coll. (2017) vont dans le même sens, alors qu'ils suggèrent que ce sont les fonctions liées à l'apparence (activités reliées aux photos pour FB; abonnement à des comptes ayant un contenu qui se concentre sur l'apparence pour IG) sur les SRS qui sont associées à des perturbations de l'image corporelle, et non pas l'usage des SRS en tant que tel. Les participantes de l'étude d'Engeln et collaborateurs (2020) utilisant IG ont une satisfaction corporelle plus faible et ont une tendance plus forte à se comparer aux autres que les participantes utilisant FB. Ces trois études sont toutefois composées exclusivement d'un échantillon féminin, mais d'autres auteurs rapportent que l'usage des SRS peut également avoir des conséquences négatives sur l'image corporelle des hommes (Fardouly & Vartanian, 2016; Haferkamp & Krämer, 2011; Hanna et coll., 2017; Holland & Tiggemann, 2016; Manago et coll., 2015; Stronge et coll., 2015). Par ailleurs, il apparaît primordial de s'intéresser à IG étant donné l'accroissement constant de son utilisation et ses fonctions particulièrement liées à l'apparence qui peuvent fournir plus d'occasions aux utilisateurs de comparer leur apparence à celle des autres (Fardouly & Vartanian, 2016). IG est effectivement le seul SRS ayant connu une ascension significative de son utilisation par les Américains entre 2016 (28%) et 2018 (35%) (Smith & Anderson, 2018). En 2021, il est rapporté que c'est toujours un des SRS les plus populaires auprès des 18-29 ans, avec 71% d'entre eux qui affirment posséder un compte sur cette application (Auxier & Anderson, 2021). Au Canada, la situation est similaire. En 2017, 67% des 18-24 ans rapportaient avoir un compte IG (Gruzd et coll., 2017). Alhabash et Ma (2017) rapportent qu'IG est le SRS sur lequel les étudiants universitaires passent le plus de temps par jour. Or, dans son étude auprès de jeunes adultes coréens, Hwnag (2019) a trouvé que plus les utilisateurs passent de

temps sur IG, plus ils ont recours à la comparaison sociale. Il serait pertinent d'explorer l'existence de cette relation chez un échantillon québécois. Dans leur étude auprès d'adolescents italiens, Marengo et collaborateurs (2018) rapportent enfin qu'un usage élevé des SRS hautement visuels, comme Snapchat et IG, représente un facteur de risque pour le développement de préoccupations envers son image corporelle.

IG est une application ayant vu le jour en 2010 et qui se démarque des autres SRS par sa fonction principale, soit le fait de partager des photos et des vidéos aux autres utilisateurs. Les utilisateurs peuvent avoir un profil privé, où ils décident qui a accès au contenu qu'ils publient, ou un profil public, où tous les individus ayant un compte IG peuvent accéder à leur profil. L'interaction entre les usagers se fait lorsque ceux-ci aiment ou commentent les photos/vidéos des autres. Selon plusieurs auteurs, la présentation/promotion de soi (où l'utilisateur a un rôle d' « acteur ») constitue l'une des principales motivations à utiliser IG (Dumas et coll., 2017; Hu, Manikonda, & Kambhampati, 2014; Sheldon et coll., 2017), ce qui laisse croire que la comparaison sociale ascendante y est encore plus grande que sur les autres SRS. Effectivement, près du quart des photos publiées sur l'application sont des autoportraits (Hu et coll., 2014), soit des photos de l'utilisateur prises par lui-même. Il semble toutefois que la motivation de promotion de soi ne s'applique pas aux utilisateurs de toutes les cultures. En effet, dans une étude comparant l'utilisation d'IG de jeunes adultes croates par rapport à celle de jeunes adultes américains (Sheldon et coll., 2017), la promotion de soi était une motivation d'utilisation seulement pour ces derniers. Dans leur étude qualitative auprès de femmes âgées de 18 à 22 ans, Baker, Ferszt et Breines (2019) ont trouvé qu'une motivation d'utilisation reliée à la promotion de soi était liée à des préoccupations corporelles. Pour l'instant, il n'existe pas d'études similaires auprès d'une population masculine. Il serait intéressant d'étudier cette relation chez les hommes. Outre la promotion de soi, d'autres motivations expliquent l'utilisation d'IG. En effet, les résultats des travaux de Sheldon et Bryant (2016) auprès d'étudiants universitaires indiquent que la motivation principale derrière l'utilisation d'IG renvoie à la surveillance/connaissance des autres (où l'utilisateur a un rôle de « consommateur »).

En somme, plusieurs éléments propres aux SRS les rendent propices à la comparaison sociale ascendante. IG est un SRS particulièrement pertinent lorsqu'il s'agit de comparaison

sociale liée à l'apparence corporelle, mais les études qui se sont intéressées à cette application ont généralement étudié un échantillon féminin. Pourtant, il est possible de supposer que les hommes aussi vivent de l'insatisfaction corporelle liée à leur utilisation d'IG.

Population masculine

Les conséquences de l'insatisfaction corporelle chez les hommes et le rôle de l'utilisation d'IG sur celle-ci seront présentés dans cette section.

En général, la recherche sur l'insatisfaction corporelle s'est majoritairement intéressée à la population féminine (Brown & Tiggemann, 2016; Cohen et coll., 2017; Fardouly et coll., 2015; Feltman & Szymanski, 2017; Hendrickse et coll., 2017; McCabe & Ricciardelli, 2004; Murnen & Karazsia, 2017; Robinson et coll., 2017; Slater, Varsani, & Diedrichs, 2017; Stice & Shaw, 2002). Ce n'est que récemment que les hommes ont été étudiés par rapport aux problèmes liés à l'évaluation de leur apparence corporelle (Cafri & Thompson, 2004; Cochane & Pope Jr, 2001). Pourtant, l'exposition aux standards sociétaux de beauté peut également mener à de l'insatisfaction corporelle chez ces derniers (Agliata & Tantleff-Dunn, 2004; Barlett, Vowels, & Saucier, 2008; Daniel & Bridges, 2010; Grogan, 1999; Grogan, Williams, & Conner, 1996; Hargreaves & Tiggemann, 2009; Tylka, 2011), qui se traduit généralement par l'impression de ne pas être assez musclé (Bergeron & Tylka, 2007; McCabe & Ricciardelli, 2004). Il est important de s'intéresser à l'insatisfaction corporelle chez cette population, puisque dès le début des années 2010, des auteurs ont souligné l'augmentation de l'insatisfaction corporelle des hommes (Daniel & Bridges, 2010). Rien ne laisse croire que cette tendance s'est arrêtée ou inversée; au contraire, l'utilisation croissante des SRS permet de supposer qu'elle s'est accentuée. Dans leur revue de la littérature, McCabe et Ricciardelli (2004) ont trouvé que, tout comme chez les femmes, l'insatisfaction corporelle chez les hommes est associée à l'apparition de troubles alimentaires. Ce résultat a depuis été appuyé par d'autres études (Dakanalis et coll., 2016; Smith et coll., 2011; Wyssen et coll., 2016). D'ailleurs, dans leur étude longitudinale chez des adolescents, Neumark-Sztainer et coll. (2006) ont trouvé que, chez les participants masculins, une plus faible satisfaction corporelle au premier temps de mesure prédit une augmentation de la fréquence des diètes et des comportements d'hyperphagie cinq ans plus tard. L'insatisfaction corporelle est également associée à la consommation de stéroïdes, une dépendance à l'exercice physique, de la détresse (Bergeron &

Tylka, 2007; Cochane & Pope Jr, 2001; Griffiths et coll., 2016; Murnen & Karazsia, 2017) et des symptômes dépressifs (Bergeron & Tylka, 2007; Olivardia et coll., 2004). Les différences dans les conséquences liées à l'insatisfaction corporelle entre les hommes et les femmes peuvent possiblement s'expliquer par le but recherché, soit d'être plus musclés pour les hommes et d'être plus minces pour les femmes (Murray, Griffiths & Mond, 2016). Il est d'ailleurs rapporté que les photos auxquelles sont exposés les hommes sur les SRS présentent des individus avec des corps très musclés, ce qui accentue la pression à avoir une apparence irréaliste (Pila et coll., 2017). Toutefois, peu d'études incluent des hommes dans leurs échantillons pour mesurer l'impact d'IG sur la satisfaction corporelle. Voici un court résumé de celles trouvées dans la littérature. Casale et collaborateurs (2019) ont recruté un échantillon de 54 étudiants universitaires italiens n'ayant jamais eu de compte IG. Avant l'intervention, ceux dans la condition expérimentale devaient remplir un questionnaire portant sur plusieurs variables, dont l'insatisfaction corporelle. Ils créaient ensuite un compte et s'abonnaient à des profils de personnes jugées physiquement attirantes. Durant une semaine, ils visitaient IG une fois par soir et devaient aimer toutes les photos qu'ils voient. Après huit jours, ils devaient remplir le questionnaire à nouveau. Chez les femmes, l'exposition à des images de personnes du même sexe jugées attirantes avait un effet positif sur l'insatisfaction corporelle, mais ce résultat n'était pas répliqué chez les hommes. Ahadzadeh et collaborateurs (2017) ont quant à eux réalisé une étude corrélationnelle où 273 jeunes adultes malaisiens ont dû répondre à un questionnaire en ligne quant à l'impact de leur utilisation d'IG sur leur satisfaction corporelle. Selon les résultats, il existe une relation linéaire négative entre les deux variables, signifiant que plus les participants passent de temps sur IG, plus leur satisfaction corporelle diminue. Dans cette étude, les résultats n'étaient pas séparés selon le genre du participant. L'étude corrélationnelle de Modica (2020) est composée d'un échantillon de 348 adultes masculins (18-50 ans) qui devaient répondre à un questionnaire en ligne qui se penche sur l'impact de la comparaison sociale dans la relation entre le temps passé sur IG et la satisfaction corporelle. Selon les résultats, la comparaison sociale liée à l'apparence joue un rôle de médiation dans cette relation. Ainsi, il existe une relation positive entre le temps passé sur IG et la comparaison sociale liée à l'apparence, qui est à son tour liée positivement à l'insatisfaction corporelle. Toutefois, cette étude ne prend pas en compte la direction de la comparaison sociale. L'étude exploratoire de Paulson (2020) est constituée de 47 étudiants universitaires américains (18-23 ans) exposés à des comptes IG réels, contenant soit des publications neutres, soit des

publications mettant l'emphase sur des corps musclés. Selon les résultats, les participants confrontés à des publications où l'idéal musculaire était représenté sont moins satisfaits de leur apparence corporelle et ont une plus forte tendance à utiliser la comparaison sociale que les participants exposés aux publications neutres. Finalement, Broere (2019) a recruté 177 participants néerlandais pour mesurer l'influence de l'utilisation d'IG, de la comparaison sociale et de l'orientation sexuelle sur l'insatisfaction corporelle. Il est rapporté que l'utilisation d'IG et la comparaison sociale ne sont pas liées à l'insatisfaction corporelle, contrairement à l'orientation sexuelle. Les hommes homosexuels ont notamment recours à la comparaison sociale ascendante plus souvent et rapportent plus de préoccupations corporelles que leurs homologues hétérosexuels. Les résultats contradictoires entre ces études démontrent qu'il reste beaucoup de travail à faire pour comprendre l'impact de l'utilisation d'IG sur la satisfaction corporelle des hommes, particulièrement chez la population occidentale. Les études avec un échantillon occidental supposent toutefois qu'il existe bel et bien un lien entre l'usage d'IG et l'insatisfaction corporelle chez les hommes. Il apparaît particulièrement important de s'intéresser aux hommes en transition à la vie adulte, puisque ceux-ci vivent plus d'insatisfaction corporelle que les hommes plus âgés (Bucchianeri et coll., 2014; Murray & Lewis, 2014; Peat et coll., 2011) et qu'ils ont plus forte tendance à se comparer aux autres (Bucchianeri et coll., 2014).

Certaines caractéristiques présentes chez les hommes peuvent placer ceux-ci à risque de vivre de l'insatisfaction corporelle via leur utilisation d'IG. Tout d'abord, les images masculines publiées sur IG comportent un biais, puisque la majorité des publications représentent des hommes avec un faible taux de gras et un haut degré de muscle (Carrotte et coll., 2017; Gültzow et coll., 2020), ce qui renforce l'idée que c'est l'idéal corporel à atteindre. Ce sont d'ailleurs les publications qui ont le plus de mentions « j'aime » et de commentaires (Gültzow et coll., 2020). Les images auxquelles les utilisateurs se comparent ne sont donc pas ancrées dans la réalité, et peuvent augmenter le recours à la comparaison sociale ascendante. D'ailleurs, les hommes ont tendance à éditer les photos publiées et à exposer leur corps complet dans les publications (Haferkamp et coll., 2012), ce qui renforce l'idée que les objets de comparaison masculins sur les SRS ne sont pas réalistes. Guadagno, Okdie et Kruse (2012) rapportent qu'il est plus probable que les hommes exagèrent leur beauté physique comparativement aux femmes sur les sites de rencontre. Selon eux, ce résultat s'explique par la tendance des hommes à mentir pour servir leurs

propres intérêts, notamment dans l'optique de bien paraître. Il serait intéressant de voir comment ce résultat se traduit dans le contexte des SRS. Ensuite, la gent masculine utilise leurs pairs comme principaux comparateurs par rapport à l'apparence corporelle (Grogan, 1999; Heinberg & Thompson, 1992). Ainsi, les hommes sont portés à se comparer à d'autres individus qui ont un corps similaire au leur (Karazsia & Crowther, 2009). La satisfaction à l'égard de leur apparence corporelle est également plus affectée par ce type de comparaison que s'ils se comparent à des individus qui leur ressemblent moins, comme des hommes extrêmement musclés (Arbour & Ginis, 2006; Sohn, 2010). Selon la revue de la littérature de Wood (1989), les conséquences de la comparaison sociale ascendante peuvent être plus problématiques lorsque l'objet de comparaison est similaire ou proche à la personne qui se compare. Pour Wheeler (1966), se comparer à un objet de comparaison semblable à soi et constater que ce dernier est supérieur par rapport à un attribut quelconque entraîne un sentiment d'échec chez l'individu. Il est possible de croire que ce phénomène est amplifié sur les SRS, étant donné que les utilisateurs sont constamment confrontés à une version idéalisée de la vie de leurs pairs, qu'ils ne connaissent pas nécessairement hors ligne. Il apparaît donc que l'homophilie perçue du réseau social, soit le sentiment d'être similaire aux autres utilisateurs (McCroskey, Richmond & Daly, 1975), peut avoir une influence particulière sur le degré d'insatisfaction corporelle des hommes. Dans leur étude auprès d'hommes de minorité sexuelle, Griffiths et coll. (2018) ont trouvé qu'une fréquence d'utilisation plus élevée des SRS est liée à de plus grandes préoccupations corporelles et à un plus grand nombre de symptômes de troubles alimentaires. Il n'est toutefois pas possible de savoir si ce résultat peut s'appliquer à des hommes hétérosexuels, étant donné que, comme cela a déjà été mentionné, les hommes homosexuels rapportent généralement plus d'insatisfaction corporelle que les hommes hétérosexuels.

En somme, l'utilisation des SRS peut avoir un effet potentiellement néfaste sur l'évaluation de son apparence corporelle, notamment parce qu'elle mène à de plus grandes comparaisons sociales liées à l'apparence (Holland & Tiggemann, 2016). Étant donné qu'IG est un SRS qui a des fonctions principalement liées à l'apparence, il est important d'ajouter des connaissances quant à son utilisation, plus particulièrement pour la population masculine (Griffiths et coll., 2018). Effectivement, il existe des lacunes dans la littérature quant aux effets de l'utilisation des SRS sur la satisfaction corporelle des hommes. Pourtant, l'insatisfaction corporelle chez eux est liée à

plusieurs conséquences négatives, telles que de la détresse, des symptômes dépressifs ou des troubles alimentaires. Il apparaît encore plus important de se pencher sur des hommes qui sont en transition vers la vie adulte, puisqu'ils se trouvent dans une période d'incertitude où la construction de leur identité peut être influencée par le contexte social dans lequel ils évoluent (Erikson, 1968). Les comportements qu'ils adoptent à ce moment peuvent ainsi avoir un impact significatif sur le reste de leur vie. Considérant que l'apparence corporelle prend une place prédominante dans cette période de la vie (Arnett, 2000), il est essentiel de se pencher sur ce concept.

Objectifs, questions et hypothèses

Cette étude cherche à clarifier les aspects sociaux du développement identitaire des jeunes hommes en transition à la vie adulte, notamment par l'exploration du lien entre l'utilisation d'IG sur l'évaluation de leur apparence corporelle. La littérature consultée montre que cette population particulière est peu étudiée en lien avec son utilisation d'IG ainsi qu'à sa satisfaction corporelle. Pourtant, cette tranche d'âge est celle qui comprend le plus de personnes actives sur IG et les liens entre son utilisation et la satisfaction corporelles restent flous. Cette étude a trois objectifs. Le premier objectif consiste à décrire l'utilisation d'IG chez une population générale de jeunes hommes québécois en transition à la vie adulte. Celui-ci permettra de répondre à la première question de recherche de l'étude : quelles sont les caractéristiques de l'utilisation d'IG des hommes québécois âgés de 18 à 29 ans? Étant donné la nature exploratoire du premier objectif, il n'y a pas d'hypothèse précise quant à l'utilisation d'IG des hommes québécois âgés de 18 à 29 ans. Le deuxième objectif consiste à mesurer la relation entre le temps passé sur l'application et la satisfaction corporelle des adultes émergents québécois. Cet objectif pourra répondre à la deuxième question de recherche de l'étude : quel est le lien entre le temps d'utilisation d'IG et la satisfaction corporelle des adultes émergents? L'hypothèse associée au deuxième objectif (H2) suppose que le temps passé sur IG soit positivement associé à l'insatisfaction corporelle. Ainsi, il est attendu que plus les participants passent de temps sur IG, plus ils vivent un fort degré d'insatisfaction corporelle. Le troisième objectif consiste à explorer le rôle de la comparaison sociale ascendante liée à l'apparence dans la relation entre l'utilisation d'IG et la satisfaction corporelle. Cet objectif pourra répondre à la troisième question de recherche de l'étude : la comparaison sociale liée à l'apparence peut-elle expliquer partiellement la relation entre l'utilisation d'IG et la satisfaction corporelle des adultes émergents? L'hypothèse associée au

troisième objectif (H3) suppose que la relation entre le temps passé sur IG et l'insatisfaction corporelle soit en partie expliquée par la tendance à utiliser la comparaison sociale ascendante liée à l'apparence. Ainsi, il est supposé que plus les participants passent de temps sur IG, plus ils ont recours à la comparaison sociale ascendante liée à l'apparence, qui est elle-même liée positivement à l'insatisfaction corporelle. Cette relation de médiation pourrait à son tour être modérée par certaines variables. Des variables telles que l'âge (a), l'orientation sexuelle (b), l'IMC (c), l'homophilie du réseau social (d), les motivations d'utilisation (e) et le type d'utilisation (f) seront également prises en compte pour analyser si elles jouent un rôle dans la relation entre l'utilisation d'IG, le recours à la comparaison sociale ascendante liée à l'apparence et la satisfaction corporelle. Pour avoir une compréhension plus imagée de ces relations, se référer à la Figure 1 (p.92). Voici les hypothèses qui en découlent :

- H3 (a) : il est attendu que les participants plus jeunes aient plus recours à la comparaison sociale ascendante et qu'ils vivent également plus d'insatisfaction corporelle.
- H3 (b) : il est attendu que les hommes de minorité sexuelle se comparent davantage aux autres sur les SRS comparativement à leurs homologues hétérosexuels, ce qui augmente leur insatisfaction corporelle.
- H3 (c) : il est attendu que les participants avec un IMC plus faible et ceux avec un IMC plus élevé vivent un plus fort degré d'insatisfaction corporelle.
- H3 (d) : il est attendu que les utilisateurs ayant un réseau social perçu comme étant plus similaire à eux sur le plan physique sur IG aient plus recours à la comparaison sociale ascendante liée à l'apparence, ce qui a également un impact négatif sur leur satisfaction corporelle.
- H3 (e) : il est attendu que les participants ayant une utilisation de type active vivent plus d'insatisfaction corporelle.
- H3 (f) : il est attendu que les utilisateurs ayant des motivations d'utilisation d'IG qui sont plus liées à la promotion de soi (comme c'est le cas pour les échelles « *Coolness* » ou Documentation du questionnaire *Motives for Instagram Use Questionnaire* (Sheldon & Bryant, 2016)) vivent un plus grand degré d'insatisfaction corporelle.

Chapitre 1 : Méthode

Participants

Les participants de l'étude sont de jeunes adultes masculins québécois qui possèdent un compte actif sur IG. Un total de 78 participants constitue l'échantillon. L'analyse de puissance menée avec le logiciel G*Power (Faul et coll., 2009; Faul et coll., 2007) a montré qu'avec trois prédicteurs et une petite taille d'effet ($f^2 = 0.15$), un minimum de 77 participants était requis pour une puissance statistique (β) de 0.8 ($\alpha = 0.05$, F critique = 2.73), ce qui est respecté par l'échantillon présent. Initialement, celui-ci était composé de 88 participants, mais les données de 10 d'entre eux ont été retirées puisque ces participants n'ont pas réussi les questions de contrôle. Les participants sont âgés de 18 à 32 ans ($M = 25,08$, $ET = 3,24$). Deux d'entre eux ont préféré ne pas fournir cette information. Les critères d'inclusion de l'étude mentionnent que les participants doivent être âgés de 18 à 29 ans, mais des auteurs tels Swartz et collaborateurs (2017) rapportent que la transition à la vie adulte peut se poursuivre jusqu'au début de la trentaine pour certaines personnes. Les données issues des questionnaires des participants âgés de plus de 29 ans ont donc été conservées ($n = 7$). Une grande partie des participants sont d'origine ethnique caucasienne ($n = 73$), sont célibataires ($n = 52$) et s'identifient comme hétérosexuels ($n = 63$). La majorité de ceux-ci sont des étudiants universitaires ($n = 37$) ou des travailleurs à temps plein ($n = 34$). En moyenne, les participants ont un IMC de 24,72 ($ET = 5,35$), ce qui les place dans la catégorie de poids normal (Weir & Jan, 2021). Cinq d'entre eux n'ont pas fourni les informations nécessaires pour calculer leur IMC. Pour une description plus complète des données sociodémographiques des participants, voir le Tableau 1 (p. 89). Aucune compensation monétaire n'a été remise aux participants.

Matériel

Dans le cadre de l'étude, un questionnaire en ligne a été construit sur la plateforme LimeSurvey. Celui-ci est constitué de 67 items répartis en sept sections (Voir Annexe A). Le questionnaire débute par une section sur les données sociodémographiques. L'utilisation d'IG est mesurée de plusieurs façons. En effet, bien que dans les travaux consultés, la mesure de l'utilisation des SRS soit souvent homogène, plusieurs auteurs soulignent que cette expérience est complexe. Son opérationnalisation implique donc la considération de plusieurs indicateurs (Saiphoo &

Vahedi, 2019; Smock et coll., 2011). Ainsi, l'utilisation fut mesurée par la fréquence d'utilisation, et également par l'homophilie du réseau, les motivations d'utilisation ainsi que le type d'utilisation. Le type de comparaison sociale des participants a été mesuré par deux items de l'échelle de comparaison de l'apparence physique de Schaefer et Thompson (2018). L'insatisfaction corporelle fut évaluée par l'échelle d'insatisfaction corporelle masculine de Rousseau et collaborateurs (2014). Pour augmenter la puissance statistique du questionnaire et la fiabilité des réponses, deux types de stratégies de contrôle ont été utilisées. La première est d'inclure deux questions où les participants doivent choisir un item en particulier, c.-à-d., *choisissez l'énoncé rarement* (Oppenheimer, Meyvis, & Davidenko, 2009). Si les participants n'ont pas indiqué la bonne réponse, les données de leur questionnaire ont automatiquement été exclues. La deuxième est d'ajouter une question de contrôle de sérieux à la fin du questionnaire (Aust et coll., 2013). Si les participants affirment qu'ils n'ont pas répondu sérieusement au questionnaire, les données issues de leurs réponses sont exclues. En raison de mauvaises réponses aux questions de contrôle, les réponses de dix participants ont dû être retirées, portant le nombre total de participants à 78. Les sections suivantes détaillent les questions et instruments utilisés dans le questionnaire.

Données sociodémographiques

Les participants doivent répondre à des questions sur leur âge, leur appartenance à un groupe ethnique, leur orientation sexuelle, leur état matrimonial, leur occupation principale et leur IMC.

Utilisation d'IG

L'utilisation d'IG est mesurée de quatre façons : la fréquence d'utilisation, l'homophilie du réseau, les raisons pour l'utilisation ainsi que le type d'utilisation. Tout d'abord, la fréquence d'utilisation est calculée avec la moyenne de temps en minutes passées sur IG chaque jour. Effectivement, Ellis et collaborateurs (2019) suggèrent que les données autorapportées quant au temps passé sur une application n'ont pas encore démontré une bonne habileté à prédire un comportement. Dans l'application d'IG, sous l'onglet *Votre activité*, les utilisateurs peuvent accéder à leur moyenne de temps d'utilisation quotidienne des sept derniers jours. Les participants fournissent cette donnée objective en écrivant le temps moyen indiqué sur l'application en minutes.

L'homophilie du réseau est mesurée à l'aide d'une version modifiée du *Perceived Homophily Measure* de McCroskey et collaborateurs (1975). Ce questionnaire autorapporté est composé de quatre items, soit ceux qui correspondent au volet « apparence » de l'homophilie. Un item a été retiré, étant donné qu'il a été jugé qu'il ressemblait trop à un autre lors du processus de traduction inversée, portant à trois le nombre d'items utilisés pour cette étude. L'échelle d'apparence a été validée auprès de trois populations différentes, dont de jeunes adultes (McCroskey et coll., 1975). Les items ont été modifiés pour s'adapter à l'homophilie sur IG. Les participants indiquent sur une échelle de Likert de 7 points (de 1 = *fortement en désaccord* à 7 = *fortement en accord*) à quel point l'item correspond à son opinion. Plus le score obtenu au questionnaire est élevé, plus le participant perçoit une grande ressemblance entre lui et son réseau social sur IG. Comme le questionnaire se trouve seulement dans la langue anglaise, un processus de traduction inversée a été utilisé pour obtenir une version française. Le questionnaire original a été traduit une première fois en français, puis traduit en anglais par une tierce personne dont la langue maternelle est l'anglais, à partir de la version française. La dernière version obtenue en anglais a été comparée à la version originale et quelques corrections ont été apportées à la version en français. C'est cette version traduite qui est utilisée. Les raisons pour utiliser IG sont mesurées avec le questionnaire *Motives for Instagram Use Questionnaire* de Sheldon et Bryant (2016). Ce questionnaire autorapporté est composé de 20 items séparés en quatre facteurs : « Créativité », « Surveillance/Connaissance des autres », « Coolness » et « Documentation ». Les participants indiquent sur une échelle de Likert de 5 points (de 1 = *jamais* à 5 = *toujours*) la fréquence à laquelle ils utilisent IG pour une raison donnée. Des scores élevés aux items signifient que le participant associe fortement son utilisation d'IG aux motivations présentées. Les scores d'adhérence à chaque type de motivation sont ensuite calculés en pourcentage. L'alpha de Cronbach mesuré dans la conception originale de l'outil montre une bonne consistance interne pour les quatre facteurs ($\alpha = 0,67-0,86$). Étant donné la récence du questionnaire, son utilisation dans d'autres études n'a pas été repérée. Il est sélectionné pour la présente étude, car il est le seul questionnaire mesurant les motivations spécifiquement en lien avec l'utilisation d'IG qui a été trouvé. Le questionnaire était initialement en anglais, mais une équipe d'étudiants universitaires de l'Université Laval a réalisé une procédure de traduction inversée pour obtenir une version française. Cette version est utilisée dans le cadre de cette étude. Quant au type d'utilisation d'IG, le *Passive and Active Facebook Use Measure* (PAUM) de Gerson, Plagnol et Corr (2017) est utilisé. Il est composé de 13 items séparés en trois

facteurs : « Usage actif social », « Usage actif non social » et « Usage passif ». Le score de chaque facteur est obtenu en additionnant le score des items qu'ils contiennent. Un score plus élevé dans un facteur correspond à une fréquence plus élevée du type d'utilisation évalué. Deux items du questionnaire ont été retirés, étant donné qu'ils ne s'appliquent pas à IG. La version contenue dans cette étude est donc composée de 11 items. Pour chaque énoncé, le participant doit indiquer sur une échelle de Likert de 5 points (de 1 = *jamais* à 5 = *très fréquemment*) à quelle fréquence il pratique chaque activité donnée. Une bonne consistance interne est observée pour les trois facteurs ($\alpha = 0,7-0,8$) dans la conception originale de l'outil. Le questionnaire a été adapté à l'utilisation d'IG, alors que le terme « Facebook » a été remplacé par « Instagram » aux endroits appropriés. Effectivement, aucune échelle mesurant le type d'utilisation d'IG n'a été repérée et c'est pourquoi celle-ci est utilisée pour la présente étude. Comme le questionnaire se trouve seulement dans la langue anglaise, le processus de traduction inversée utilisé pour le *Perceived Homophily Measure* a également été réalisé pour obtenir une version française.

Comparaison sociale

La tendance au recours à la comparaison sociale liée à l'apparence est mesurée à l'aide de quatre items du *Physical Appearance Comparison Scale-3* (PACS-3) de Schaefer et Thompson (2018). Celui-ci vient combler les lacunes du *Physical Appearance Comparison Scale-R* (PACS-R), notamment en distinguant la comparaison sociale ascendante de la comparaison sociale descendante (Schaefer & Thompson, 2018). Le questionnaire initial comprend 27 items divisés en trois facteurs. Pour la présente étude, quatre items ont été retenus, soit la fréquence de comparaison aux autres utilisateurs sur IG par rapport à l'apparence générale et à la musculature ainsi que la direction de ces comparaisons. Les items sont modifiés pour s'appliquer à la comparaison sociale faite sur IG spécifiquement. Pour chaque énoncé, le participant doit indiquer sur une échelle de Likert de cinq points (de 1 = *jamais* à 5 = *presque toujours*) à quelle fréquence il fait chaque comparaison donnée. Ensuite, il doit indiquer la façon dont cette comparaison le fait sentir sur une échelle de Likert de cinq points (de 1 = *beaucoup mieux* à 5 = *vraiment pire*), déterminant ainsi la direction de la comparaison. Les participants répondent à ces items seulement s'ils s'adonnent à la comparaison donnée. Plus le score est élevé, plus la direction de la comparaison est considérée comme ascendante, plaçant ainsi les deux types de comparaison sur un continuum. Une bonne consistance interne est observée pour les facteurs ($\alpha = 0,76-0,91$) lorsque les auteurs ont mis l'outil

sur pied. Bien que le questionnaire n'ait pas été utilisé dans d'autres études, il est sélectionné pour la présente étude, car il permet de mesurer la direction de la comparaison. Comme le questionnaire se trouve seulement dans la langue anglaise, le processus de traduction inversée utilisé pour le *Perceived Homophily Measure* a également été réalisé pour obtenir une version française.

Satisfaction corporelle

La version française du *Male Body Dissatisfaction Scale* (MBDS; Rousseau et coll., 2014) est utilisée pour mesurer l'insatisfaction corporelle des participants. Celle-ci comporte 18 items divisés en deux facteurs : « Insatisfaction musculaire » et « Insatisfaction par rapport à l'apparence générale ». Pour chaque énoncé, le participant doit indiquer son choix sur une échelle de Likert de 5 points (de 1 = *fortement en accord* à 5 = *fortement en désaccord*) pour exprimer à quel point l'item correspond à sa pensée. Plus le score obtenu au questionnaire est élevé, plus l'insatisfaction corporelle chez le participant est grande. Le MBDS possède de bonnes qualités psychométriques, puisque la consistance interne est satisfaisante ($\alpha = 0,88$ pour « Insatisfaction musculaire » et $\alpha = 0,82$ pour « Insatisfaction par rapport à l'apparence générale »), alors que la fidélité test-retest se situe à 0,81 pour le score total. Ces scores ont été observés par les auteurs qui ont conçus l'outil.

Procédure

Le recrutement des participants s'est fait en ligne. Des invitations à participer à l'étude ont été envoyées par courriel en utilisant les listes d'envoi de l'Université Laval. D'autres invitations à remplir le questionnaire ont été partagées sur FB. Les personnes ont également été invitées à partager le lien du questionnaire avec leurs contacts. Le questionnaire est rempli à une seule reprise. La passation de celui-ci se fait entièrement en ligne sur la plateforme canadienne LimeSurvey. Les données ont été automatiquement téléchargées sur un serveur sécurisé hébergé à l'Université Laval. Avant de commencer le questionnaire, les participants étaient informés du but de l'étude, de la confidentialité de leurs réponses et des inconvénients qu'ils peuvent rencontrer en acceptant de remplir le questionnaire (*voir Annexe C*). Il est assumé que le fait de remplir le questionnaire constitue un consentement à participer à l'étude.

Chapitre 2 : Résultats

Analyses descriptives

Les données ont d'abord fait l'objet d'une analyse exploratoire afin de confirmer l'exactitude de la saisie des données ainsi que la présence de données extrêmes. Dans le but de vérifier la normalité de la distribution des données, des analyses descriptives ont été effectuées à l'aide de la dernière version du logiciel *Statistical Package for the Social Sciences* (SPSS). L'observation des diagrammes de dispersion des données a permis de constater la présence de deux données extrêmes pour la variable « Temps passé sur IG ». Celles-ci ont été exclues des analyses incluant cette variable. La même chose s'est produite avec la variable « IMC ». À l'aide du Tableau 2 (voir p. 90), il est possible de constater que les données de la variable du type d'utilisation « Passif » ne sont pas distribuées selon une loi normale. Les analyses incluant cette variable sont donc non-paramétriques.

Pour répondre au premier objectif de cette étude, soit de décrire l'utilisation d'IG des adultes émergents québécois, voici les données obtenues pour cet échantillon. En moyenne, les participants passent 30,58 minutes (ET = 23,75) sur IG par jour. Lorsque les deux données extrêmes sont retirées, ce temps moyen descend à 28,21 minutes. Trente-sept participants (soit 47% de l'échantillon) passent moins de 20 minutes par jour sur l'application. Un participant a préféré ne pas répondre à cette question. La principale raison d'utilisation est « Surveillance » (M = 23,54, ET = 4,22), suivie de « Documentation » (M = 14, ET = 5,18), « Coolness » (M = 7,03, ET = 3,24) et « Créativité » (M = 5,94, ET = 2,70). De façon générale, les participants de l'échantillon ont plus souvent un « Usage passif » (M = 12,51, ET = 2,33) qu'« actif social » (M = 9,85, ET = 2,88) ou « actif non social » (M = 4,35, ET = 1,50). En ce qui concerne la perception de l'homophilie liée à l'apparence de son réseau sur IG, une moyenne de 10,87 (ET = 3,80) est observée pour cet échantillon, sur un score qui peut atteindre 21 (un score plus élevé indique une homophilie du réseau plus élevée). Les participants de cette étude n'ont donc pas totalement l'impression d'être similaires sur le plan physique aux autres utilisateurs de leur réseau virtuel. Il faut toutefois mentionner que l'écart-type reste significatif. Finalement, il apparaît que les participants de l'échantillon sont plus nombreux à avoir recours à la comparaison sociale

ascendante pour leur musculature ($n = 39$) que pour leur apparence générale ($n = 35$). Ce nombre est plus significatif que les participants qui ont recours à la comparaison sociale descendante, que ce soit pour la musculature ($n = 9$) ou l'apparence générale ($n = 10$). Il est important de souligner que 17 des participants (21,7%) rapportent ne jamais se comparer quant à leur apparence physique sur IG et que 23 (29,48%) d'entre eux disent ne jamais se comparer quant à leur musculature. Le reste des participants n'ont pas fourni les données nécessaires pour pouvoir déterminer la direction de leur comparaison ($n = 17$ pour la musculature et $n = 16$ pour l'apparence générale). Finalement, les participants ont un score moyen de 55,09 (ET = 7,35) au MBDS, sur un score qui peut atteindre 90, indiquant un score d'insatisfaction corporelle moyen.

Analyses de régression linéaire

Dans le but de répondre au deuxième objectif de cette étude, soit de mesurer la relation entre la fréquence d'utilisation d'IG et la satisfaction corporelle des adultes émergents québécois, une régression linéaire simple a été effectuée. Avec un seuil de signification de 5%, l'équation de régression trouvée n'est pas statistiquement significative : $R^2 = 0,01$, $F(1,73) = 0,53$; $p = 0,819$. Donc, le temps passé sur IG n'est pas associé à une augmentation du degré d'insatisfaction corporelle. Les résultats sont similaires lorsque calculés avec les deux facteurs de l'insatisfaction corporelle du MBDS, soit « Insatisfaction musculaire » ($R^2 = 0,01$) et « Insatisfaction par rapport à l'apparence générale » ($R^2 = 0,006$). Des corrélations ont donc été réalisées pour tester les relations indirectes entre ces variables.

Analyses corrélationnelles

Ces résultats sont présentés dans le Tableau 3 (p. 91). Les types de corrélations effectuées ont été adaptés en fonction de l'échelle mesurée et de la normalité des données. Il apparaît que plusieurs hypothèses qui avaient été émises ne sont pas supportées par les résultats obtenus. Tout d'abord, en lien avec l'hypothèse H3 (a), l'âge n'entretient pas de relation significative avec la comparaison sociale liée à l'apparence ni avec la satisfaction corporelle. Un constat similaire peut être fait pour l'hypothèse H3 (b), alors que l'orientation sexuelle n'entretient pas de relation significative avec aucune de ces deux variables. Ensuite, pour l'hypothèse H3 (c), il peut être constaté que l'IMC entretient une relation linéaire positive avec l'insatisfaction corporelle ($r =$

0,477, $p < 0,01$). Cela signifie qu'une seule partie de l'hypothèse est supportée, soit que les gens avec un IMC plus élevé vivent plus d'insatisfaction corporelle. L'hypothèse H3 (d) est infirmée par les résultats. Effectivement, la relation entre l'homophilie physique perçue et la comparaison sociale ascendante est négative, que ce soit pour l'apparence générale ($r = -0,342$, $p < 0,05$) ou la musculature ($r = -0,304$, $p < 0,05$). Cela signifie que plus les participants perçoivent des similarités physiques entre eux et leur réseau social, moins ils ont recours à ce type de comparaison sociale. De plus, la relation entre l'homophilie physique perçue et l'insatisfaction corporelle est négative ($r = -0,320$, $p < 0,01$), signifiant que plus les gens ont l'impression d'être pareils sur le plan physique à leur réseau social, moins ils vivent d'insatisfaction corporelle. Aussi, contrairement à ce qui était attendu selon l'hypothèse H3 (e), les participants avec une utilisation active d'IG ne vivent pas plus d'insatisfaction corporelle. Le seul type d'utilisation qui entretient une relation significative avec l'insatisfaction corporelle est passif et cette relation est négative ($r = -0,342$, $p < 0,05$). Cela signifie que plus les participants utilisent IG de manière passive, moins ils vivent d'insatisfaction corporelle. Finalement, l'hypothèse H3 (f) ne peut pas être supportée, car les motivations d'utilisation liées à la promotion de soi entretiennent une relation négative avec l'insatisfaction corporelle, que ce soit pour « Documentation » ($r = -0,363$, $p < 0,01$) ou « *Coolness* » ($r = -0,378$, $p < 0,05$). Cela signifie que plus les participants ont des motivations d'utilisation liées à la promotion de soi, plus leur degré d'insatisfaction corporelle diminue.

Chapitre 3 : Discussion

Constats principaux

La présente étude avait pour objectif de mesurer la relation entre le temps passé sur IG par jour et le degré d'insatisfaction corporelle chez les hommes en transition à la vie adulte, ainsi que d'explorer différentes variables personnelles pouvant jouer un rôle dans cette relation. Plus précisément, l'étude visait à décrire l'utilisation d'IG chez de jeunes hommes québécois en transition à la vie adulte. Ensuite, celle-ci voulait observer si le nombre de minutes passées sur IG permet de prédire une augmentation de l'insatisfaction corporelle chez les participants. Le dernier objectif était d'observer si la comparaison sociale ascendante liée à l'apparence agit en tant que médiateur dans cette relation et si ces relations peuvent être modérées par d'autres variables (l'âge du participant, son IMC, son orientation sexuelle, l'homophilie physique perçue de son réseau, son type d'utilisation d'IG ainsi que ses motivations à l'utiliser). Trois constats principaux émergent des résultats obtenus et seront discutés dans les sections suivantes.

D'abord, les résultats obtenus ne soutiennent pas la première hypothèse selon laquelle l'insatisfaction corporelle des hommes en transition à la vie adulte augmente en fonction du temps passé sur IG. En effet, la régression linéaire simple montre un lien faible et non significatif entre ces deux variables. Les résultats ne peuvent donc pas supporter le modèle proposé. Ce résultat concorde avec ceux d'études antérieures (Broere; 2019; Casale et coll., 2019), où les auteurs n'ont pas trouvé de lien significatif entre l'utilisation d'IG et la satisfaction corporelle chez les participants masculins. Plusieurs pistes peuvent expliquer ce résultat. D'abord, il se peut que les participants recrutés ne passent pas assez de temps sur l'application pour observer un effet significatif de leur utilisation sur leur satisfaction corporelle. Il est difficile de déterminer si la moyenne de temps obtenue pour cet échantillon est représentative de l'utilisateur moyen de cette plateforme, puisque les chiffres quant au temps approximatif passé sur IG varient grandement entre les différentes sources consultées. Effectivement, les gens peuvent utiliser l'application en moyenne de 28 (Aslam, 2017) à 53 minutes (Molla & Wagner, 2018) par jour. L'échantillon recruté passe donc possiblement moins de temps en moyenne sur l'application que la population générale. Toutefois, aucune donnée spécifique quant à la durée d'utilisation de la population

masculine n'a été trouvée. Une autre piste d'explication quant à ce résultat est le fait que la présente étude ne mesure pas le contenu consulté par les participants lorsqu'ils naviguent sur l'application. Ainsi, dans l'étude de Paulson (2020), la satisfaction corporelle des participants du groupe contrôle, qui ont été exposés à des images neutres, ne diminue pas selon le temps passé sur IG. Toutefois, une diminution significative de la satisfaction corporelle se produit chez les participants du groupe expérimental, qui ont vu des images d'hommes avec une apparence jugée « idéale » selon les standards sociétaux (apparence musclée et athlétique). Il est possible de supposer que c'est l'exposition aux images de corps idéalisés qui influence négativement la satisfaction corporelle des participants et non le temps passé sur IG. D'autres études arrivent au même constat (Cohen, 2017; Meier & Gray, 2014; Stein, Krause & Ohler, 2021; Sumter, Cingel & Hollander, 2021). Dans leur étude auprès d'adolescents australiens, Jarman et collaborateurs (2021) concluent que c'est seulement l'utilisation liée à l'apparence (partage de photos, être abonné à des pages de mannequins, etc.) qui diminue la satisfaction corporelle des participants. Il se peut donc que la majorité des participants de la présente étude ne réalisent pas d'activités liées à l'apparence lorsqu'ils passent du temps sur IG. Ce résultat soutient l'hypothèse soulevée par plusieurs auteurs qui indique que ce n'est pas le temps passé sur IG qui influence la satisfaction corporelle des utilisateurs, mais plutôt la manière dont ce temps est utilisé. Une caractéristique particulière de l'utilisation d'IG des individus recrutés peut possiblement aider à comprendre pourquoi leur utilisation de l'application n'a pas l'effet supposé sur leur satisfaction corporelle. Les participants de la présente étude ont une utilisation d'IG qui est en moyenne plus passive qu'active, que cette utilisation soit sociale ou non. Or, il est rapporté que c'est l'usage actif des SRS qui a un impact sur l'image corporelle (Manago et coll., 2015). Ce dernier réfère à une utilisation engagée avec la plateforme, par la création de contenu et une communication avec les autres (rôle d'« acteur », décrit dans le début de la présente étude). Ainsi, plusieurs études arrivent à la conclusion que la manipulation et la retouche de photos sur les SRS sont liées à l'insatisfaction corporelle (Lonergan et coll., 2019; Mills et coll., 2018; Modica, 2020). Chez un échantillon féminin, Cohen, Newton-John et Slater (2018) arrivent au constat que les personnes moins satisfaites de leur apparence corporelle sont plus susceptibles de cultiver une image en ligne. Verrastro et collaborateurs (2020) indiquent également que ce phénomène peut être observé chez des adolescents masculins, alors qu'ils observent que les participants plus anxieux face à leur image corporelle ont tendance à cultiver leur image en ligne, notamment en publiant des photos modifiées d'eux-mêmes. Une

utilisation passive réfère plutôt au rôle de « consommateur » des usagers, où ceux-ci consultent le contenu créé par les autres, mais ne créent pas de contenu (Gerson et coll., 2017). D'ailleurs, en accord avec ce qui a été rapporté jusqu'à présent dans la littérature (Sheldon & Bryant, 2016), la motivation principale des participants de l'échantillon présent à utiliser IG est celle de « Surveillance », soit de regarder ce que les autres font (Whitin & Williams, 2013). Il se peut donc que l'engagement minime des participants envers la plateforme lorsqu'ils passent du temps sur celle-ci minimise les impacts possibles sur leur satisfaction corporelle. Pour les recherches futures, il serait intéressant d'intégrer la relation des participants masculins avec la publication ou la modification d'autoportraits sur les SRS, car jusqu'à présent, cette recherche s'est majoritairement faite auprès d'une population féminine (Boursier, Gioia & Griffiths, 2020) et que celle-ci s'inscrit dans une utilisation active du SRS. Il est également possible d'avancer que le manque de diversité quant à l'orientation sexuelle des participants a un impact sur les résultats obtenus, puisque l'échantillon est composé majoritairement d'hommes hétérosexuels. Dans l'étude de Broere (2020), l'utilisation d'IG a un petit effet seulement sur la satisfaction corporelle des participants homosexuels. Ce résultat s'explique par le fait que ceux-ci ont plus recours à la comparaison sociale ascendante, qui est à son tour liée à l'insatisfaction corporelle. Markova et Azocar (2020) arrivent à un résultat similaire. Selon ces derniers, les hommes hétérosexuels sont autant préoccupés par leur apparence corporelle que leurs homologues homosexuels, mais seulement dans des contextes publics (ex. salles d'entraînement, plages, soirées, etc.). Cette préoccupation n'est toutefois pas présente sur les SRS, ce qui peut expliquer que l'utilisation d'IG n'ait pas d'impact sur la satisfaction corporelle de cet échantillon. Une autre explication possible à l'absence de relation entre le temps passé sur IG et la satisfaction corporelle est le fait qu'en matière d'image corporelle, les hommes rapportent se concentrer sur la fonctionnalité du corps plutôt que sur son apparence (Mahon, 2021; McNeill & Firman, 2014) et ce, dès l'adolescence (Mahon & Hevey, 2021). Cela signifie que ceux-ci placent leur attention sur tout ce dont le corps est capable de faire (Alleva & Tylka, 2021) plutôt que sur ce à quoi il ressemble. Cette caractéristique peut donc représenter un facteur de protection pour les effets délétères de l'utilisation des SRS sur la satisfaction corporelle des hommes. Il est possible d'avancer que ce qui a été rapporté jusqu'à présent dans la littérature quant à l'impact de l'utilisation des SRS ne peut pas nécessairement s'appliquer à un échantillon masculin. Effectivement, comme il l'a déjà été mentionné à plusieurs reprises dans cette étude, ces recherches ont surtout été réalisées auprès d'un échantillon féminin.

Il se peut que des caractéristiques propres à l'utilisation d'IG des hommes fassent en sorte que celle-ci n'ait pas d'impact significatif sur leur satisfaction corporelle. Selon Krasnova et collaborateurs (2017), il y a d'ailleurs des différences notables entre les hommes et les femmes dans leur façon d'utiliser les SRS. Ces premiers utilisent plus ces plateformes à titre informatif, alors que ces dernières s'en servent à des fins relationnelles. Il serait intéressant d'approfondir les connaissances quant aux caractéristiques particulières de l'utilisation des SRS chez les hommes, plus particulièrement IG. Finalement, il se peut que certaines variables n'ayant pas été mesurées par cette étude puissent expliquer les résultats, notamment l'internalisation des normes de beauté socioculturelles. Celle-ci se caractérise par l'intégration des standards sociétaux de beauté dans son identité (Karazsia et coll., 2013; Thompson & Stice, 2001), alors que l'individu définit ceux-ci comme ses propres standards à atteindre (Sicilia et coll., 2019). Cette internalisation est reconnue comme un des facteurs de risque les plus robustes de l'insatisfaction corporelle (Cafri et coll., 2005; Thompson & Stice, 2001). Il est supposé que l'internalisation des standards de beauté sociétaux puisse mener les individus à se comparer aux autres en fonction de ces idéaux, et que ces comparaisons influencent leur vision de leur apparence (Fatt, Fardouly & Rapee, 2019; Rodgers, McLean & Paxton, 2015). Il aurait été souhaitable de mesurer ce construit pour déterminer si les participants de l'étude ont intégré des standards irréalistes à atteindre en termes d'apparence corporelle. Il est possible de penser que si ce n'est pas leur cas, ils n'aient pas nécessairement la tendance à se comparer aux autres, ou encore à être impactés significativement par leur exposition à des objets de comparaison irréalistes sur IG. Il est recommandé d'intégrer cette variable dans les futures recherches à ce sujet.

Ensuite, il est constaté qu'une bonne partie de l'échantillon ne se compare tout simplement pas aux autres sur IG. Ce résultat est différent de ce qui a été mis de l'avant dans la littérature consultée, qui mentionne que l'utilisation des SRS est liée à un plus grand recours à la comparaison sociale (Fardouly et coll., 2017; Rounsefell et coll., 2020). Il importe de répéter que la recherche à ce sujet s'est majoritairement intéressée à une population féminine, ce qui laisse croire que l'impact de l'utilisation des SRS n'est peut-être pas le même chez les hommes que chez les femmes. Il n'est pas possible de confirmer ce constat avec les résultats de cette étude, puisqu'elle ne comprend pas de femmes. Toutefois, d'autres études arrivent à un résultat similaire. Zimmer-Gembeck, Hawes et Pariz (2021) concluent que les femmes se préoccupent plus de la façon dont elles se présentent

sur les SRS et qu'elles y réalisent plus d'activités liées à leur apparence, notamment le recours à la comparaison sociale. Stein et collaborateurs (2021) indiquent également que l'influence de l'utilisation d'Instagram sur l'image corporelle est plus significative chez les femmes que chez les hommes. Tiggeman et Anderberg (2020) ont également obtenu un résultat similaire. Elles avancent l'hypothèse que cela peut être dû à la tendance plus faible des hommes à se comparer aux autres. Il faut rester prudent avec de telles observations, car il est rapporté que les hommes peuvent être plus réticents à avouer leur tendance à se comparer, par peur d'être perçus comme moins masculins (Hargreaves & Tiggemann, 2006). D'autres études rapportent aussi que les hommes vivent moins de conséquences négatives de la comparaison sociale liée à l'apparence que les femmes, que ce soit par le biais des SRS (Fox & Vendemia, 2016) ou non (Watson, Murnen & College, 2019). En lien avec ces constats, il est intéressant de souligner que dans la présente étude, seul le facteur « Musculature » de la comparaison sociale ascendante liée à l'apparence entretient une relation significative positive avec l'insatisfaction corporelle. Cela signifie que plus les participants ont tendance à se comparer à des personnes jugées supérieures à eux sur leur musculature, plus leur score sur l'échelle d'insatisfaction corporelle augmente. Ce résultat va dans le même sens que la littérature consultée, où il est rapporté que les hommes priorisent une apparence musculaire plutôt que mince (Avila, 2021; Murray et coll., 2016), et qu'un échec à atteindre cet idéal peut mener à de l'insatisfaction corporelle (Bergeron & Tylka, 2007; McCabe & Ricciardelli, 2004). Ce résultat permet également d'avancer qu'une partie de l'utilisation d'IG des hommes entretient bel et bien un lien avec leur satisfaction corporelle.

Ensuite, il est observé que l'échantillon présent ne perçoit pas nécessairement une grande similarité physique avec les autres utilisateurs côtoyés sur IG. Ce résultat est surprenant, puisqu'il est généralement rapporté que les individus ont tendance à s'affilier à d'autres utilisateurs avec des caractéristiques similaires à eux sur les SRS (Zhang & Centola, 2020). Il est difficile d'expliquer pourquoi ce n'est pas le cas pour le présent échantillon. Il se peut que des caractéristiques particulières d'IG aident à comprendre cette faible perception d'homophilie physique, notamment la popularité du mouvement en ligne *fitspiration* sur l'application. Celui-ci se définit par l'objectif d'inspirer les gens à adopter un style de vie actif et sain (Carrotte et coll., 2017), par la promotion de l'exercice et de repas sains (Tiggeman & Zaccardo, 2018). En 2016, ce sont plus de 28 millions de publications qui étaient liées à ce mouvement sur IG (Tiggeman & Zaccardo, 2018). Bien que

celles-ci aient l'intention de promouvoir de saines habitudes de vie, l'exposition à du contenu *fitspiration* peut mener à une variété de conséquences négatives: dépendance à l'exercice, insatisfaction corporelle, anxiété liée à l'apparence, contrôle excessif des habitudes alimentaires, etc. (Cataldo et coll., 2021). Il est possible de penser que cela est lié au fait qu'elles comportent généralement des idéaux de beauté masculins irréalistes, notamment par la présentation de corps très musclés (Tiggeman & Zaccardo, 2018). Il apparaît que la majorité des publications sur IG montrent des corps musclés et athlétiques, et que celles-ci sont généralement celles qui reçoivent le plus de commentaires et de mentions « j'aime ». C'est ce qui est rapporté par Gültzow et collaborateurs (2020), qui ont procédé à une analyse quantitative de 1 000 publications faites par des hommes sur IG. Il se peut donc que l'idéal de beauté véhiculé par la société soit celui auquel les utilisateurs sont confrontés lorsqu'ils sont sur cette application, ce qui pourrait expliquer en partie la faible homophilie physique perçue par les participants. Il est également possible de constater qu'il existe une relation linéaire négative entre l'homophilie et le recours à la comparaison sociale ascendante, que ce soit pour l'apparence corporelle générale ou la musculature. Cela signifie que plus les gens perçoivent de similarités physiques entre eux et leur réseau social sur IG, moins ils ont recours à la comparaison sociale ascendante liée à l'apparence. Selon ce qui est rapporté dans la littérature, les hommes ont une plus grande tendance à se comparer à des objets de comparaison jugés similaires à eux (Karazsia & Crowther, 2009), mais la direction de cette comparaison n'est pas indiquée. De plus, comme il l'a été mentionné précédemment, les hommes se comparent généralement moins que les femmes (Tiggeman & Anderberg, 2020) et ils ont tendance à se détacher des comparaisons avec des objets de comparaison qu'ils jugent trop différents d'eux (Arbour & Ginis, 2006; Watson et coll., 2019). Ainsi, pour la présente étude, il est possible d'avancer que la faible homophilie physique perçue par les participants pousse ces derniers à moins se comparer à des objets de comparaison qui sont potentiellement jugés trop différents d'eux. Pour les recherches futures, il serait intéressant d'investiguer si ce résultat peut potentiellement expliquer la relation linéaire négative entre l'homophilie physique perçue et l'insatisfaction corporelle. Les résultats de l'étude montrent effectivement que plus les participants se sentent similaires aux autres utilisateurs sur le plan physique, plus leur degré d'insatisfaction corporelle diminue.

Constats secondaires

En ce qui concerne les corrélations rapportées dans le Tableau 3, d'autres constats plus généraux émergent en lien avec les hypothèses proposées plus tôt dans l'étude.

Il était attendu que l'âge du participant joue un rôle de modération dans le modèle proposé et que ce rôle soit plus fort pour les participants plus jeunes. Or, l'âge n'entretient pas de relation significative avec les variables incluses dans le modèle proposé, soit le temps passé sur IG, l'insatisfaction corporelle et le recours à la comparaison sociale ascendante liée à l'apparence. Il se peut que la différence d'âge entre les participants ne soit pas assez grande pour qu'une relation existe entre cette variable et les autres. Par exemple, les études rapportant une diminution de l'insatisfaction corporelle avec l'âge comparent généralement des participants très jeunes avec des participants beaucoup plus âgés (Bucchianeri et coll., 2014; Peat et coll., 2011). Cette relation est plus forte chez les hommes que chez les femmes (Hockey et coll., 2021; Quittkat et coll., 2019). Il est possible de supposer que l'apparence corporelle occupe une place moins importante dans l'identité des individus plus âgés. Or, le participant le plus âgé de la présente étude a seulement 32 ans. D'autres études rapportent toutefois que l'insatisfaction corporelle reste stable au travers de la vie (Dye, 2016; Tiggemann, 2004). Il apparaît donc que la relation entre l'âge et la satisfaction corporelle chez les hommes reste encore bien floue dans la littérature et qu'il faut continuer la recherche pour arriver à mieux comprendre les liens entre ces deux variables.

Ensuite, il est surprenant de voir que l'orientation sexuelle entretient des liens significatifs avec seulement deux des autres variables mesurées, soit la motivation d'utilisation « *Coolness* » ainsi que l'IMC. Cela signifie que, contrairement à ce qui a été trouvé dans la littérature consultée (Broere, 2019; Frederick & Essayli, 2016), les hommes de minorité sexuelle de cet échantillon ne vivent pas plus d'insatisfaction corporelle que leurs homologues hétérosexuels. Ce résultat peut potentiellement s'expliquer par la faible participation d'hommes de minorité sexuelle. Il est possible de supposer que le nombre de participants de minorité sexuelle n'est pas assez élevé pour détecter une relation significative entre l'orientation sexuelle et l'insatisfaction corporelle. Il se peut également que la relation significative entre l'orientation sexuelle et l'IMC puisse expliquer ce résultat. Effectivement, dans la présente étude, les participants de minorité sexuelle ont un IMC

généralement plus bas que leurs homologues hétérosexuels, ce qui fait qu'ils ressentent peut-être moins d'insatisfaction corporelle que les échantillons de minorité sexuelle qui ont été étudiés jusqu'à présent dans la littérature.

En ce qui concerne l'IMC des participants, il était attendu que ceux avec un IMC bas ou élevé vivent plus d'insatisfaction corporelle. Cette hypothèse est seulement confirmée pour les participants avec un IMC plus élevé, alors que cette variable entretient une relation linéaire positive avec l'insatisfaction corporelle. Cela signifie que plus l'IMC d'un participant est élevé, plus son score sur l'échelle d'insatisfaction corporelle augmente. Ce résultat concorde avec ceux obtenus par certains auteurs (Ålgars et coll., 2009; Sira & White, 2011), mais infirme l'hypothèse qu'un IMC plus faible est également lié à de l'insatisfaction corporelle chez les hommes. Il apparaît donc que pour cet échantillon, le fait d'être plus mince ne représente pas nécessairement un facteur d'insatisfaction corporelle, contrairement à ce qui est rapporté par d'autres études (Calzo et coll., 2012). La relation observée entre ces deux variables est similaire à celle généralement rapportée pour la population féminine (Ålgars et coll., 2009; Sira & White, 2011).

Pour ce qui est du type d'utilisation d'IG, il était attendu que les participants avec une utilisation de type active vivent plus d'insatisfaction corporelle. L'observation des résultats infirme cette hypothèse, puisque le seul type d'utilisation d'IG ayant un lien significatif avec l'insatisfaction corporelle est « Actif non social » et cette relation est négative. Cela signifie que plus les participants utilisent IG de manière active non sociale, moins ils vivent d'insatisfaction corporelle. Il est difficile d'interpréter ce résultat en raison des connaissances limitées sur les liens entre le type d'utilisation des SRS et la satisfaction corporelle des utilisateurs masculins dans la littérature. Il se peut que ceux ayant majoritairement une utilisation active non sociale d'IG utilisent l'application pour des activités qui ne sont pas liées à l'apparence (photographie, cuisine, sports, etc.), ce qui fait que celles-ci n'entretiennent pas de relation négative avec la satisfaction corporelle. Il apparaît que cette étude ne réplique pas les résultats de Lonergan et collaborateurs (2019), qui observent une relation positive entre l'utilisation active des SRS et l'insatisfaction corporelle chez des hommes. Cette étude mesure toutefois plus spécifiquement la relation avec les autoportraits. Flannery et collaborateurs (2021) rapportent également qu'une utilisation plus active

des SRS mène à une insatisfaction corporelle plus importante. D'autres études sont nécessaires pour développer une meilleure compréhension de cette relation.

Enfin, en ce qui concerne les motivations d'utilisation d'IG, il était attendu que les utilisateurs ayant des motivations liées à la promotion de soi (telles que les échelles « *Coolness* » ou « *Documentation* ») vivent un plus grand degré d'insatisfaction corporelle. Ces deux échelles sont effectivement les seules à entretenir une relation significative avec l'insatisfaction corporelle, mais cette relation est négative. Cela signifie que plus les participants utilisent IG pour des motivations liées à la promotion de soi, plus une diminution de leur score sur l'échelle d'insatisfaction corporelle est observée. Encore une fois, il est difficile de statuer sur ce qui peut expliquer ces résultats étant donné les connaissances limitées de la littérature à ce sujet. Chez les femmes, ces motivations pour utiliser IG sont liées à l'insatisfaction corporelle (Ferszt & Breines, 2019), ce qui renforce l'idée que les conséquences en lien avec l'utilisation des SRS diffèrent entre ces dernières et les hommes. Il est possible d'avancer que la tendance de ces derniers à se concentrer sur la fonctionnalité du corps plutôt que sur son apparence (Mahon, 2021; McNeill & Firman, 2014) puisse potentiellement contrer les liens entre les motivations d'utilisation liés à l'autopromotion et l'insatisfaction corporelle.

Forces et limites de l'étude

Cette étude se démarque de plusieurs façons. D'abord, elle semble être une des premières dans le domaine à mesurer l'utilisation d'IG de façon plus hétérogène, notamment en incluant d'autres concepts que celui de la fréquence ou de la durée d'utilisation (temps passé sur la plateforme, fréquence des comportements, etc.) (Maree, 2017). Ceci représente une force de l'étude, car les mesures de fréquence et de durée ne prennent pas en compte l'expérience de l'utilisateur (Ellison & Boyd, 2013), ce qui les rend incomplètes dans leur conception de l'utilisation d'IG. Ainsi, en mesurant les motivations d'utilisation ainsi que le type d'utilisation, cette étude permet d'avoir une compréhension plus complète de la manière dont les jeunes adultes masculins utilisent IG. Ceci est un point important, puisque cette population a jusqu'à maintenant été négligée dans la littérature. Il existe encore un flou quant aux caractéristiques entourant leur utilisation de cette plateforme et cette étude ajoute de l'information quant aux connaissances face à ce sujet. Connaître ces caractéristiques plus en profondeur peut notamment permettre d'identifier les cibles

où de la prévention peut être faite pour empêcher les conséquences néfastes liées à l'utilisation d'IG. Les résultats obtenus permettent également de voir que ce qui a été rapporté jusqu'à présent dans la littérature ne peut pas nécessairement s'appliquer aux hommes, et qu'il serait judicieux d'inclure de nouvelles variables pour mieux comprendre la réalité masculine de l'utilisation d'IG et de ses impacts sur la satisfaction corporelle.

Malgré ses forces, cette étude n'est pas sans limites. Premièrement, la nature transversale de l'étude ne permet pas d'établir un lien de causalité entre les variables. Ainsi, bien qu'il soit possible de former des hypothèses quant aux relations qui existent entre les variables étudiées, la nature de celles-ci reste inconnue. Deuxièmement, il ne faut pas assumer que les résultats observés dans cette étude puissent s'appliquer à des individus qui ne sont pas caucasiens, étant donné le manque de diversité ethnique de l'échantillon. Plus de 93% des participants sont d'origine caucasienne. Il est observé dans la littérature qu'il peut exister des différences dans l'utilisation des SRS selon le groupe ethnique (Sheldon et coll., 2017) et le pays de résidence (Cheng, Burke & de Gant, 2021) des usagers. Troisièmement, la plupart des instruments de mesure sélectionnés pour le questionnaire n'ont jamais été utilisés dans d'autres études, ce qui apporte des questionnements quant à leur validité et leur fidélité. Il existe plusieurs enjeux avec les instruments de mesure des SRS (Zhang & Leung, 2015), notamment le fait que la plupart d'entre eux ont été créés pour FB (Sigerson & Cheng, 2018). Ainsi, les auteurs modifient ces instruments pour d'autres SRS, sans savoir si les items sont bien adaptés pour d'autres plateformes (Kuru & Pasek, 2016a). L'évolution rapide des SRS ainsi que leur nature changeante compliquent leur processus de validation. C'est le cas pour certains instruments de mesure de la présente étude, qui ont été adaptés pour IG, même s'ils n'ont pas été validés pour ce SRS. Quatrièmement, le contenu consulté par les participants sur IG n'a pas été mesuré, ce qui ne permet pas de confirmer que ceux-ci sont exposés à des images leur permettant de se comparer aux autres. Finalement, la majorité des mesures utilisées sont autorapportées, ce qui augmente le risque de plusieurs biais, notamment le biais d'acquiescement, qui représente la tendance d'un participant à répondre par l'affirmative aux questions qui lui sont posées (Kuru & Pasek, 2016b). Des questions de contrôle ont été ajoutées dans le questionnaire pour tenter de contourner ce type de biais.

Conclusion

En somme, selon les résultats de cette étude, il n'est pas possible d'affirmer que le temps passé sur IG a un impact négatif sur la satisfaction corporelle des adultes émergents québécois. Cela ne signifie pas qu'il faut arrêter la recherche à ce sujet, puisque les résultats dans la littérature quant à la relation entre l'utilisation des SRS et la satisfaction corporelle des hommes varient d'une étude à l'autre. Les caractéristiques de l'utilisation d'IG des participants de la présente étude peuvent expliquer l'absence d'un lien direct entre ces deux variables. Ils viennent également appuyer l'hypothèse selon laquelle c'est la façon dont les gens utilisent leur temps sur l'application qui a une influence sur la satisfaction corporelle. Effectivement, il se peut que l'engagement minime des participants face à l'application puisse contrer les effets néfastes de son utilisation. Il existe encore beaucoup de questionnements quant aux particularités de l'utilisation des SRS par les hommes et il est primordial d'acquérir une meilleure connaissance des caractéristiques de leur utilisation, notamment pour établir des moyens pour prévenir les conséquences potentielles de celle-ci. Par exemple, il est reconnu que l'utilisation passive des SRS est liée positivement aux symptômes dépressifs (Escobar-Viera et coll., 2018) et à une diminution du bien-être (Verduyn et coll., 2015). De plus, les résultats de la présente étude identifient une relation linéaire positive entre le recours à la comparaison sociale ascendante liée à la musculature et l'insatisfaction corporelle. Cette population peut donc vivre des conséquences psychologiques négatives en lien avec son utilisation d'IG, mais pas nécessairement liées à la durée de leur utilisation. Pour les recherches futures, il serait pertinent de développer des instruments de mesure valides qui mesurent de façon plus complète l'expérience subjective des utilisateurs sur IG, plus particulièrement celle des hommes. Cela pourrait permettre d'aiguiser la compréhension face aux caractéristiques d'utilisation des SRS propres à cette population ainsi qu'à la façon dont celles-ci peuvent influencer leur santé mentale.

Bibliographie

- Agliata, D., & Tantleff-Dunn, S. (2004). The impact of media exposure on males' body image. *Journal of Social and Clinical Psychology, 23*(1), 7-22. doi:10.1521/jscp.23.1.7.26988
- Ahadzadeh, A. S., Pahlevan Sharif, S., & Ong, F. S. (2017). Self-schema and self-discrepancy mediate the influence of Instagram usage on body image satisfaction among youth. *Computers in Human Behavior, 68*, 8-16. doi:10.1016/j.chb.2016.11.011
- Ålgars, M., Santtila, P., Varjonen, M., Witting, K., Johansson, A., Jern, P., & Sandnabba, N. K. (2009). The adult body: how age, gender, and body mass index are related to body image. *Journal of aging and health, 21*(8), 1112-1132.
- Alhabash, S., & Ma, M. (2017). A tale of four platforms: Motivations and uses of Facebook, Twitter, Instagram, and Snapchat among college students? *Social Media+ Society, 3*(1), 2056305117691544.
- Alleva, J. M., Gattario, K. H., Martijn, C., & Lunde, C. (2019). What can my body do vs. how does it look?: A qualitative analysis of young women and men's descriptions of their body functionality or physical appearance. *Body Image, 31*, 71-80.
- Alleva, J. M., Paraskeva, N., Craddock, N., & Diedrichs, P. C. (2018). Body appreciation in British men: Correlates and variation across sexual orientation. *Body Image, 27*, 169-178. doi:10.1016/j.bodyim.2018.09.004
- Alleva, J. M., & Tylka, T. L. (2021). Body functionality: A review of the literature. *Body Image, 36*, 149-171.
- Alsaker, F. D., & Kroger, J. (2006). Self-concept, self-esteem and identity. Dans S. Jackson & L. Goossens (Eds.), *Handbook of adolescent development*. (pp. 90-113). New York, NY, US: Psychology Press.
- Appel, H., Gerlach, A. L., & Crusius, J. (2016). The interplay between Facebook use, social comparison, envy, and depression. *Current Opinion in Psychology, 9*, 44-49.
- Arbour, K. P., & Ginis, K. A. M. (2006). Effects of exposure to muscular and hypermuscular media images on young men's muscularity dissatisfaction and body dissatisfaction. *Body Image, 3*(2), 153-161.
- Arnett, J. J. (1998). Learning to stand alone: The contemporary American transition to adulthood in cultural and historical context. *Human Development, 41*(5-6), 295-315. doi:10.1159/000022591
- Arnett, J. J. (2000). Emerging adulthood: A theory of development from the late teens through the twenties. *American psychologist, 55*(5), 469.

- Arnett, J. J. (2006). Emerging Adulthood: Understanding the New Way of Coming of Age. Dans *Emerging adults in America: Coming of age in the 21st century*. (pp. 3-19). Washington, DC, US: American Psychological Association.
- Arnett, J. J. (2014). Presidential Address: The Emergence of Emerging Adulthood: A Personal History. *Emerging Adulthood, 2*(3), 155-162. doi:10.1177/2167696814541096
- Aslam, S. (2017). Instagram by the numbers: Stats, demographics & fun facts. Récupéré à <https://www.omnicoreagency.com/instagram-statistics/>
- Aspinwall, L. G., & Taylor, S. E. (1993). Effects of social comparison direction, threat, and self-esteem on affect, self-evaluation, and expected success. *Journal of Personality and Social Psychology, 64*(5), 708.
- Aust, F., Diedenhofen, B., Ullrich, S., & Musch, J. (2013). Seriousness checks are useful to improve data validity in online research. *Behavior Research Methods, 45*(2), 527-535. doi:10.3758/s13428-012-0265-2
- Auxier, B., & Anderson, M. (2021). Social media use in 2021. *Pew Research Center*.
- Avila, S. (2021). *Disordered Eating in Males: An Unrecognized Health Crisis* (Thèse de doctorat non publiée). California School of Professional Psychology, Los Angeles, États-Unis.
- Baghurst, T., Griffiths, S., & Murray, S. (2018). Boys and Girls Prefer Hyper-Muscular Male Action Figures over Normally-Muscular Action Figures: Evidence that Children have Internalized the Muscular Male Body Ideal. *North American Journal of Psychology, 20*(1), 159-169.
- Baker, N., Ferszt, G., & Breines, J. G. (2019). A qualitative study exploring female college students' Instagram use and body image. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking, 22*(4), 277-282.
- Barlett, C. P., Vowels, C. L., & Saucier, D. A. (2008). Meta-analyses of the effects of media images on men's body-image concerns. *Journal of Social and Clinical Psychology, 27*(3), 279-310.
- Baumeister, R. F. (1982). A self-presentational view of social phenomena. *Psychological bulletin, 91*(1), 3.
- Bergeron, D., & Tylka, T. L. (2007). Support for the uniqueness of body dissatisfaction from drive for muscularity among men. *Body Image, 4*(3), 288-295.
- Berman, S. L., & Montgomery, M. J. (2014). Problematic identity processes: The role of identity distress. *Identity: An International Journal of Theory and Research, 14*(4), 241-245. doi:10.1080/15283488.2014.944700

- Bonds-Raacke, J., & Raacke, J. (2010). MySpace and Facebook: Identifying dimensions of uses and gratifications for friend networking sites. *Individual differences research*, 8(1).
- Botta, R. A. (1999). Television images and adolescent girls' body image disturbance. *Journal of Communication*, 49(2), 22-41.
- Boursier, V., Gioia, F., & Griffiths, M. D. (2020). Selfie-engagement on social media: Pathological narcissism, positive expectation, and body objectification—Which is more influential?. *Addictive Behaviors Reports*, 11, 100263.
- Broere, F. (2019). *Instagram Use and Body Dissatisfaction: Investigating the Roles of Sexual Orientation and Appearance Comparisons* (Thèse de doctorat non publiée). Université d'Utrecht, Utrecht, Pays-Bas.
- Brown, Z., & Tiggemann, M. (2016). Attractive celebrity and peer images on Instagram: Effect on women's mood and body image. *Body Image*, 19, 37-43.
- Bucchianeri, M. M., Serrano, J. L., Pastula, A., & Corning, A. F. (2014). Drive for Muscularity Is Heightened in Body-Dissatisfied Men Who Socially Compare. *Eating Disorders*, 22(3), 221-232. doi:10.1080/10640266.2013.874825
- Bucchianeri, M. M., Arikian, A. J., Hannan, P. J., Eisenberg, M. E., & Neumark-Sztainer, D. (2013). Body dissatisfaction from adolescence to young adulthood: Findings from a 10-year longitudinal study. *Body image*, 10(1), 1-7.
- Buote, V. M., Wilson, A. E., Strahan, E. J., Gazzola, S. B., & Papps, F. (2011). Setting the bar: Divergent sociocultural norms for women's and men's ideal appearance in real-world contexts. *Body Image*, 8(4), 322-334. doi:10.1016/j.bodyim.2011.06.002
- Cabaniss, D. L., Cherry, S., Douglas, C. J., & Schwartz, A. R. (2017). *Psychodynamic psychotherapy: A clinical manual* (Second edition). Wiley-Blackwell
- Cafri, G., & Thompson, J. K. (2004). Measuring male body image: A review of the current methodology. *Psychology of Men & Masculinity*, 5(1), 18.
- Cafri, G., Yamamiya, Y., Brannick, M., & Thompson, J. K. (2005). The influence of sociocultural factors on body image: A meta-analysis. *Clinical Psychology: science and practice*, 12(4), 421-433.
- Calzo, J. P., Sonnevile, K. R., Haines, J., Blood, E. A., Field, A. E., & Austin, S. B. (2012). The development of associations among body mass index, body dissatisfaction, and weight and shape concern in adolescent boys and girls. *Journal of Adolescent Health*, 51(5), 517-523.

- Carrotte, E. R., Prichard, I., & Lim, M. S. C. (2017). "Fitspiration" on Social Media: A Content Analysis of Gendered Images. *Journal of Medical Internet Research*, *19*(3), e95. doi:10.2196/jmir.6368
- Casale, S., Gemelli, G., Calosi, C., Giangrasso, B., & Fioravanti, G. (2019). Multiple exposure to appearance-focused real accounts on Instagram: Effects on body image among both genders. *Current Psychology*. doi:10.1007/s12144-019-00229-6
- Cataldo, I., De Luca, I., Giorgetti, V., Cicconcelli, D., Bersani, F. S., Imperatori, C., ... & Corazza, O. (2021). Fitspiration on social media: Body-image and other psychopathological risks among young adults. A narrative review. *Emerging Trends in Drugs, Addictions, and Health*, 100010.
- Cheng, J., Burke, M., & de Gant, B. (2021). Country Differences in Social Comparison on Social Media. *Proceedings of the ACM on Human-Computer Interaction*, *4*(CSCW3), 1-26.
- Chou, H.-T. G., & Edge, N. (2012). "They Are Happier and Having Better Lives than I Am": The Impact of Using Facebook on Perceptions of Others' Lives. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, *15*(2), 117-121. doi:10.1089/cyber.2011.0324
- Chung, J. M., Robins, R. W., Trzesniewski, K. H., Nofle, E. E., Roberts, B. W., & Widaman, K. F. (2014). Continuity and change in self-esteem during emerging adulthood. *Journal of Personality and Social Psychology*, *106*(3), 469.
- Cochane, G., & Pope Jr, H. (2001). Body image in boys: A review of the literature. *International Journal of Eating Disorders*, *29*(4), 373-379. doi:10.1002/eat.1033
- Cohen, R., Newton-John, T., & Slater, A. (2017). The relationship between Facebook and Instagram appearance-focused activities and body image concerns in young women. *Body Image*, *23*, 183-187.
- Cohen, R., Newton-John, T., & Slater, A. (2018). 'Selfie'-objectification: The role of selfies in self-objectification and disordered eating in young women. *Computers in Human Behavior*, *79*, 68-74.
- Côté, J. E., & Levine, C. G. (2014). *Identity, formation, agency, and culture: A social psychological synthesis*. New-York: Psychology Press.
- Coyne, S. M., Padilla-Walker, L. M., & Howard, E. (2013). Emerging in a digital world: A decade review of media use, effects, and gratifications in emerging adulthood. *Emerging Adulthood*, *1*(2), 125-137.
- Dakanalis, A., Pla-Sanjuanelo, J., Caslini, M., Volpato, C., Riva, G., Clerici, M., & Carrà, G. (2016). Predicting onset and maintenance of men's eating disorders. *International Journal of Clinical and Health Psychology*, *16*(3), 247-255. doi:10.1016/j.ijchp.2016.05.002

- Dakanalis A and Riva G (2013) Current considerations for eating and body-related disorders among men. Dans: Sams LB and Keels JA (eds) *Handbook on Body Image: Gender Differences, Sociocultural Influences and Health Implications*. New York: Nova Science Publishers, pp. 195–216.
- Daniel, S., & Bridges, S. K. (2010). The drive for muscularity in men: Media influences and objectification theory. *Body Image*, 7(1), 32-38.
- de Vries, D. A., & Kühne, R. (2015). Facebook and self-perception: Individual susceptibility to negative social comparison on Facebook. *Personality and Individual Differences*, 86, 217-221. doi:10.1016/j.paid.2015.05.029
- Deters, F. G., & Mehl, M. R. (2013). Does posting Facebook status updates increase or decrease loneliness? An online social networking experiment. *Social psychological and personality science*, 4(5), 579-586.
- Dibb, B. (2019). Social media use and perceptions of physical health. *Heliyon*, 5(1), e00989.
- Dion, J., Blackburn, M.-E., Auclair, J., Laberge, L., Veillette, S., Gaudreault, M., . . . Touchette, É. (2015). Development and aetiology of body dissatisfaction in adolescent boys and girls. *International Journal of Adolescence and Youth*, 20(2), 151-166. doi:10.1080/02673843.2014.985320
- Donnellan, M. B., Trzesniewski, K. H., Conger, K. J., & Conger, R. D. (2007). A three-wave longitudinal study of self-evaluations during young adulthood. *Journal of Research in Personality*, 41(2), 453-472.
- Donnellan, M. B., Trzesniewski, K. H., & Robins, R. W. (2011). Self-esteem: Enduring issues and controversies. Dans T. Chamorro-Premuzic, S. von Stumm, & A. Furnham (Eds.), *The Wiley-Blackwell handbook of individual differences*. (pp. 718-746): Wiley-Blackwell.
- Duggan, M., & Smith, A. (2013). Cell internet use 2013. *Washington, DC: PewResearchCenter*.
- Dumas, T. M., Maxwell-Smith, M., Davis, J. P., & Giuliotti, P. A. (2017). Lying or longing for likes? Narcissism, peer belonging, loneliness and normative versus deceptive like-seeking on Instagram in emerging adulthood. *Computers in Human Behavior*, 71, 1-10.
- Dye, H. (2016). Are there differences in gender, race, and age regarding body dissatisfaction?. *Journal of Human Behavior in the Social Environment*, 26(6), 499-508.
- Ellis, D. A., Davidson, B. I., Shaw, H., & Geyer, K. (2019). Do smartphone usage scales predict behavior? *International Journal of Human-Computer Studies*, 130, 86-92.

- Ellison, N. B., & Boyd, D. M. (2013). Sociality through social network sites. Dans W. H. Dutton (Ed.), *The Oxford handbook of internet studies* (pp. 151-172). Oxford: Oxford University Press.
- Engeln, R., Loach, R., Imundo, M. N., & Zola, A. (2020). Compared to Facebook, Instagram use causes more appearance comparison and lower body satisfaction in college women. *Body Image, 34*, 38-45.
- Erikson, E. H. (1968). *Identity: Youth and crisis*. New-York: Norton.
- Escobar-Viera, C. G., Shensa, A., Bowman, N. D., Sidani, J. E., Knight, J., James, A. E., & Primack, B. A. (2018). Passive and active social media use and depressive symptoms among United States adults. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking, 21*(7), 437-443.
- Esnaola, I., Rodríguez, A., & Goñi, A. (2010). Body dissatisfaction and perceived sociocultural pressures: Gender and age differences. *Salud Mental, 33*(1), 21-29.
- Fairweather-Schmidt, A. K., & Wade, T. D. (2016). Characterizing and predicting trajectories of disordered eating over adolescence. *Journal of abnormal psychology, 125*(3), 369.
- Fallon, A. (1990). Culture in the mirror: Sociocultural determinants of body image. Dans T. F. Cash & T. Pruzinsky (Eds.), *Body images: Development, deviance, and change*. (pp. 80-109). New York, NY, US: Guilford Press.
- Fardouly, J., Diedrichs, P. C., Vartanian, L. R., & Halliwell, E. (2015). Social comparisons on social media: The impact of Facebook on young women's body image concerns and mood. *Body Image, 13*, 38-45. doi:10.1016/j.bodyim.2014.12.002
- Fardouly, J., Pinkus, R. T., & Vartanian, L. R. (2017). The impact of appearance comparisons made through social media, traditional media, and in person in women's everyday lives. *Body Image, 20*, 31-39. doi: 10.1016/j.bodyim.2016.11.002
- Fardouly, J., & Vartanian, L. R. (2015). Negative comparisons about one's appearance mediate the relationship between Facebook usage and body image concerns. *Body Image, 12*, 82-88. doi:10.1016/j.bodyim.2014.10.004
- Fardouly, J., & Vartanian, L. R. (2016). Social media and body image concerns: Current research and future directions. *Current Opinion in Psychology, 9*, 1-5.
- Fatt, S. J., Fardouly, J., & Rapee, R. M. (2019). # malefitspo: Links between viewing fitspiration posts, muscular-ideal internalisation, appearance comparisons, body satisfaction, and exercise motivation in men. *New Media & Society, 21*(6), 1311-1325.

- Faul, F., Erdfelder, E., Buchner, A., & Lang, A.-G. (2009). Statistical power analyses using G * Power 3.1: Tests for correlation and regression analyses. *Behavior Research Methods*, *41*(4), 1149-1160. doi:10.3758/BRM.41.4.1149
- Faul, F., Erdfelder, E., Lang, A.-G., & Buchner, A. (2007). G*Power 3: A flexible statistical power analysis program for the social, behavioral, and biomedical sciences. *Behavior Research Methods*, *39*(2), 175-191. doi:10.3758/BF03193146
- Feinstein, B. A., Hershenberg, R., Bhatia, V., Latack, J. A., Meuwly, N., & Davila, J. (2013). Negative social comparison on Facebook and depressive symptoms: Rumination as a mechanism. *Psychology of Popular Media Culture*, *2*(3), 161-170. doi:10.1037/a0033111
- Feltman, C. E., & Szymanski, D. (2017). Instagram Use and Self-Objectification: The Roles of Internalization, Comparison, Appearance Commentary, and Feminism. *Sex Roles*. doi:10.1007/s11199-017-0796-1
- Festinger, L. (1954). A theory of social comparison processes. *Human Relations*, *7*, 117-140. doi:10.1177/001872675400700202
- Fiske, L., Fallon, E. A., Blissmer, B., & Redding, C. A. (2014). Prevalence of body dissatisfaction among United States adults: Review and recommendations for future research. *Eating behaviors*, *15*(3), 357-365.
- Flannery, O., Harris, K., & Kenny, U. A. (2021). An Exploration into the Impact of Social Networking Site (SNS) Use on Body Image and Eating Behavior of Physically Active Men. *The Journal of Men's Studies*, *29*(1), 26-49.
- Fox, J., & Vendemia, M. A. (2016). Selective self-presentation and social comparison through photographs on social networking sites. *Cyberpsychology, behavior, and social networking*, *19*(10), 593-600.
- Frederick, D. A., & Essayli, J. H. (2016). Male body image: The roles of sexual orientation and body mass index across five national US Studies. *Psychology of Men & Masculinity*, *17*(4), 336.
- Frederick, D. A., Forbes, G. B., Grigorian, K. E., & Jarcho, J. M. (2007). The UCLA Body Project I: Gender and ethnic differences in self-objectification and body satisfaction among 2,206 undergraduates. *Sex Roles*, *57*(5-6), 317-327.
- Frederick, D. A., Jafary, A. M., Gruys, K., & Daniels, E. A. (2012). Surveys and the epidemiology of body image dissatisfaction. Dans T. F. Cash (Ed.), *Encyclopedia of body image and human appearance* (2nd ed., pp. 766-774). San Diego, CA: Elsevier.
- Galioto, R. C., Janis H. (2013). The effects of exposure to slender and muscular images on male body dissatisfaction. *Body Image*, *10*(4), 566-573. doi:10.1016/j.bodyim.2013.07.009

- Gallinari, E. (2017). "Likes" for Self-Love? The Effects of Social Media on Self-Perception. *Undergraduate Review*, 13(1), 100-105.
- Gerson, J., Plagnol, A. C., & Corr, P. J. (2016). Subjective well-being and social media use: Do personality traits moderate the impact of social comparison on Facebook? *Computers in Human Behavior*, 63, 813-822.
- Gerson, J., Plagnol, A. C., & Corr, P. J. (2017). Passive and Active Facebook Use Measure (PAUM): Validation and relationship to the Reinforcement Sensitivity Theory. *Personality and Individual Differences*, 117, 81-90. doi:10.1016/j.paid.2017.05.034
- Gibbons, F. X. (1986). Social comparison and depression: Company's effect on misery. *Journal of Personality and Social Psychology*, 51(1), 140.
- Gilbert, D. T., Giesler, R. B., & Morris, K. A. (1995). When comparisons arise. *Journal of personality and social psychology*, 69(2), 227.
- Gonzales, A. L., & Hancock, J. T. (2011). Mirror, mirror on my Facebook wall: Effects of exposure to Facebook on self-esteem. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 14(1-2), 79-83.
- Grabe, S., Ward, L. M., & Hyde, J. S. (2008). The role of the media in body image concerns among women: a meta-analysis of experimental and correlational studies. *Psychological bulletin*, 134(3), 460.
- Griffiths, S., Hay, P., Mitchison, D., Mond, J. M., McLean, S. A., Rodgers, B., . . . Paxton, S. J. (2016). Sex differences in the relationships between body dissatisfaction, quality of life and psychological distress. *Australian and New Zealand Journal of Public Health*, 40(6), 518-522.
- Griffiths, S., Murray, S. B., Krug, I., & McLean, S. A. (2018). The Contribution of Social Media to Body Dissatisfaction, Eating Disorder Symptoms, and Anabolic Steroid Use Among Sexual Minority Men. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 00(00), cyber.2017.0375-cyber.2017.0375. doi:10.1089/cyber.2017.0375
- Groesz, L. M., Levine, M. P., & Murnen, S. K. (2002). The effect of experimental presentation of thin media images on body satisfaction: A meta-analytic review. *International Journal of Eating Disorders*, 31(1), 1-16.
- Grogan, S. (1999). Men and body satisfaction. Dans S. Grogan (Ed.), *Body image: Understanding body dissatisfaction in men, women and children* (pp. 58-93). London: Routledge.
- Grogan, S. (2016). *Body Image: Understanding Body Dissatisfaction in Men Women and Children (3e éd.)*. London: Routledge/Taylor & Francis Group.

- Grogan, S., Williams, Z., & Conner, M. (1996). The effects of viewing same-gender photographic models on body-esteem. *Psychology of Women Quarterly*, 20(4), 569-575.
- Gruzd, A., Jacobson, J., Mai, P., & Dubois, E. (2017). The state of social media in Canada 2017. *Ryerson University Social Media Lab*, 1.
- Guadagno, R. E., Okdie, B. M., & Kruse, S. A. (2012). Dating deception: Gender, online dating, and exaggerated self-presentation. *Computers in Human Behavior*, 28(2), 642-647.
- Gültzow, T., Guidry, J., Schneider, F., & Hoving, C. (2020). Male Body Image Portrayals on Instagram. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*.
- Haferkamp, N., Eimler, S. C., Papadakis, A.-M., & Kruck, J. V. (2012). Men are from Mars, women are from Venus? Examining gender differences in self-presentation on social networking sites. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 15(2), 91-98.
- Haferkamp, N., & Krämer, N. C. (2011). Social Comparison 2.0: Examining the Effects of Online Profiles on Social-Networking Sites. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 14(5), 309-314. doi:10.1089/cyber.2010.0120
- Hanna, E., Ward, L. M., Seabrook, R. C., Jerald, M., Reed, L., Giaccardi, S., & Lippman, J. R. (2017). Contributions of Social Comparison and Self-Objectification in Mediating Associations Between Facebook Use and Emergent Adults' Psychological Well-Being. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 20(3), 172-179. doi:10.1089/cyber.2016.0247
- Hargreaves, D. A., & Tiggemann, M. (2006). 'Body image is for girls': A qualitative study of boys' body image. *Journal of Health Psychology*, 11, 567-576. <http://dx.doi.org/10.1177/1359105306065017>
- Hargreaves, D. A., & Tiggemann, M. (2009). Muscular ideal media images and men's body image: Social comparison processing and individual vulnerability. *Psychology of Men & Masculinity*, 10(2), 109-119. doi:10.1037/a0014691
- Harriger, J. A., Schaefer, L. M., Thompson, J. K., & Cao, L. (2019). You can buy a child a curvy Barbie doll, but you can't make her like it: Young girls' beliefs about Barbie dolls with diverse shapes and sizes. *Body Image*, 30, 107-113.
- Hayes AF. (2013) Introduction to mediation, moderation, and conditional process analysis: a regression-based approach. New York: Guilford Press.
- He, J., Sun, S., Lin, Z., & Fan, X. (2020). Body dissatisfaction and sexual orientations: A quantitative synthesis of 30 years research findings. *Clinical Psychology Review*, 101896.

- Heinberg, L. J., & Thompson, J. K. (1992). Social comparison: Gender, target importance ratings, and relation to body image disturbance. *Journal of social behavior and personality*, 7(2), 335.
- Hendrickse, J., Arpan, L. M., Clayton, R. B., & Ridgway, J. L. (2017). Instagram and college women's body image: Investigating the roles of appearance-related comparisons and intrasexual competition. *Computers in Human Behavior*, 74, 92-100.
- Heravi, A., Mubarak, S., & Choo, K.-K. R. (2018). Information privacy in online social networks: Uses and gratification perspective. *Computers in Human Behavior*, 84, 441-459.
- Hockey, A., Milojev, P., Sibley, C. G., Donovan, C. L., & Barlow, F. K. (2021). Body image across the adult lifespan: A longitudinal investigation of developmental and cohort effects. *Body Image*, 39, 114-124.
- Hofmann, W., Vohs, K. D., & Baumeister, R. F. (2012). What people desire, feel conflicted about, and try to resist in everyday life. *Psychological science*, 23(6), 582-588.
- Holland, G., & 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.
- Hollenbeck, C. R., & Kaikati, A. M. (2012). Consumers' use of brands to reflect their actual and ideal selves on Facebook. *International Journal of Research in Marketing*, 29(4), 395-405.
- Hospers, H. J., & Jansen, A. (2005). Why homosexuality is a risk factor for eating disorders in males. *Journal of Social and Clinical Psychology*, 24(8), 1188-1201.
- Hu, Y., Manikonda, L., & Kambhampati, S. (2014). *What we instagram: A first analysis of instagram photo content and user types*. Papier présenté à the Eighth International AAAI conference on weblogs and social media.
- Huang, Y.-T., & Su, S.-F. (2018). Motives for instagram use and topics of interest among young adults. *Future Internet*, 10(8), 77.
- Hwnag, H. S. (2019). Why Social Comparison on Instagram Matters: Its impact on Depression. *TIIS*, 13(3), 1626-1638.
- Jang, K., Park, N., & Song, H. (2016). Social comparison on Facebook: Its antecedents and psychological outcomes. *Computers in Human Behavior*, 62, 147-154.
- Jankowski, G. S., Diedrichs, P. C., & Halliwell, E. (2014). Can appearance conversations explain differences between gay and heterosexual men's body dissatisfaction? *Psychology of Men & Masculinity*, 15(1), 68-77. doi:10.1037/a0031796

- Jarman, H. K., Marques, M. D., McLean, S. A., Slater, A., & Paxton, S. J. (2021). Social media, body satisfaction and well-being among adolescents: A mediation model of appearance-ideal internalization and comparison. *Body Image, 36*, 139-148.
- Johnson, B. K. (2018, Mai). *'I look up, I look down': Assessing antecedents and consequents of social media social comparison*. Publication présentée à la 68e conférence annuelle du International Communication Association, Prague, République tchèque.
- Jones, D. C. (2001). Social comparison and body image: Attractiveness comparisons to models and peers among adolescent girls and boys. *Sex Roles, 45*(9-10), 645-664.
- Karazsia, B. T., & Crowther, J. H. (2009). Social body comparison and internalization: Mediators of social influences on men's muscularity-oriented body dissatisfaction. *Body Image, 6*(2), 105-112.
- Karazsia, B. T., Murnen, S. K., & Tylka, T. L. (2017). Is body dissatisfaction changing across time? A cross-temporal meta-analysis. *Psychological bulletin, 143*(3), 293.
- Karazsia, B. T., van Dulmen, M. H., Wong, K., & Crowther, J. H. (2013). Thinking meta-theoretically about the role of internalization in the development of body dissatisfaction and body change behaviors. *Body Image, 10*(4), 433-441.
- Kendig, S. M. M., Marybeth J.: Bianchi, Suzanne M. (2014). Childhood Poverty and the Transition to Adulthood. *Family relations, 63*(2), 271-286. doi:10.1111/fare.12061
- Kim, J. W., & Chock, T. M. (2015). Body image 2.0: Associations between social grooming on Facebook and body image concerns. *Computers in Human Behavior, 48*, 331-339.
- Kling, J., Wängqvist, M., & Frisén, A. (2018). "This body is me": Discovering the ways in which the body is salient in people's identities. *Body Image, 24*, 102-110. doi:10.1016/j.bodyim.2017.12.009
- Konstam, V. (2015). *Emerging and young adulthood: Multiple perspectives, diverse narratives, 2nd ed.* Cham, Switzerland: Springer International Publishing.
- Krasnova, H., Veltri, N. F., Eling, N., & Buxmann, P. (2017). Why men and women continue to use social networking sites: The role of gender differences. *The Journal of Strategic Information Systems, 26*(4), 261-284.
- Krasnova, H., Wenninger, H., Widjaja, T., & Buxmann, P. (2013). Envy on Facebook: A Hidden Threat to Users' Life Satisfaction? *11th International Conference on Wirtschaftsinformatik*(March), 1-16. doi:10.7892/boris.47080
- Ku, Y.-C., Chu, T.-H., & Tseng, C.-H. (2013). Gratifications for using CMC technologies: A comparison among SNS, IM, and e-mail. *Computers in Human Behavior, 29*(1), 226-234.

- Kuru, O., & Pasek, J. (2016a). Comparing social media use and political engagement: Toward a valid measurement strategy. *Social media and politics: A new way to participate in the political process*, 243-276.
- Kuru, O., & Pasek, J. (2016b). Improving social media measurement in surveys: Avoiding acquiescence bias in Facebook research. *Computers in Human Behavior*, 57, 82-92.
- Lang, C., & Barton, H. (2015). Just untag it: Exploring the management of undesirable Facebook photos. *Computers in Human Behavior*, 43, 147-155.
- Lanzieri, N., & Hildebrandt, T. (2016). Using objectification theory to examine the effects of media on gay male body image. *Clinical Social Work Journal*, 44(1), 105-113.
- Leary, M. R., & Kowalski, R. M. (1990). Impression management: A literature review and two-component model. *Psychological bulletin*, 107(1), 34.
- Lee, H.-R., Lee, H. E., Choi, J., Kim, J. H., & Han, H. L. (2014). Social media use, body image, and psychological well-being: A cross-cultural comparison of Korea and the United States. *Journal of Health Communication*, 19(12), 1343-1358.
- Lee, S. Y. (2014). How do people compare themselves with others on social network sites?: The case of Facebook. *Computers in Human Behavior*, 32, 253-260.
doi:10.1016/j.chb.2013.12.009
- Leit, R. A., Pope Jr, H. G., & Gray, J. J. (2001). Cultural expectations of muscularity in men: The evolution of Playgirl centerfolds. *International Journal of Eating Disorders*, 29(1), 90-93.
- Lenhart, A., Smith, A., Anderson, M., Duggan, M., & Perrin, A. (2015). Teens, technology and friendships. *Pew Research Center*.
- Leung, L., & Wei, R. (2000). More than just talk on the move: Uses and gratifications of the cellular phone. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 77(2), 308-320.
- Levine, M. P., & Harrison, K. (2004). Media's Role in the Perpetuation and Prevention of Negative Body Image and Disordered Eating. Dans J. K. Thompson (Ed.), *Handbook of eating disorders and obesity*. (pp. 695-717). Hoboken, NJ, US: John Wiley & Sons Inc.
- Lonergan, A. R., Bussey, K., Mond, J., Brown, O., Griffiths, S., Murray, S. B., & Mitchison, D. (2019). Me, my selfie, and I: The relationship between editing and posting selfies and body dissatisfaction in men and women. *Body image*, 28, 39-43.
- Lonergan, A. R., Mitchison, D., Bussey, K., & Fardouly, J. (2021). Social Media and Eating and Body Image Concerns Among Men and Boys. Dans Nagata, J. M., Brown, T. A., Murray,

- S. B., & Lavender, J. M. (Eds.) *Eating Disorders in Boys and Men*. (pp. 307-316). Suisse: Springer, Cham.
- Luyckx, K., Klimstra, T. A., Duriez, B., Van Petegem, S., & Beyers, W. (2013). Personal Identity Processes from Adolescence Through the Late 20s: Age Trends, Functionality, and Depressive Symptoms. *Social Development, 22*(4), 701-721. doi:10.1111/sode.12027
- Macmillan, R. (2006). 'Constructing Adulthood': Agency and Subjectivity in the Transition to Adulthood. *Advances in Life Course Research, 11*, 3-29. doi:10.1016/S1040-2608(06)11001-1
- Mahon, C. (2021). *The Relationship Between Problematic Appearance Comparisons on Social Media, SelfCompassion and Body Dissatisfaction* (Thèse de doctorat non publiée). Trinity College Dublin, Dublin, Irlande.
- Mahon, C., & Hevey, D. (2021). Processing Body Image on Social Media: Gender Differences in Adolescent Boys' and Girls' Agency and Active Coping. *Frontiers in Psychology, 12*, 1703.
- Manago, A. M. (2015). Identity development in the digital age: The case of social networking sites. Dans K. C. McLean & M. Syed (Eds.), *The Oxford handbook of identity development*. (pp. 508-524). New York, NY, US: Oxford University Press.
- Manago, A. M., Graham, M. B., Greenfield, P. M., & Salimkhan, G. (2008). Self-presentation and gender on MySpace. *Journal of Applied Developmental Psychology, 29*(6), 446-458.
- Manago, A. M., Monique Ward, L., Lemm, K. M., Reed, L., & Seabrook, R. (2015). Facebook involvement, objectified body consciousness, body shame, and sexual assertiveness in college women and men. *Sex Roles, 72*(1), 1-14. doi:10.1007/s11199-014-0441-1
- Manago, A. M., & Vaughn, L. (2015). Social media, friendship, and happiness in the millennial generation. Dans M. Demir (Ed.), *Friendship and happiness: Across the life-span and cultures*. (pp. 187-206). New York, NY, US: Springer Science + Business Media.
- Manzoni, A. (2016). Conceptualizing and measuring youth independence multidimensionally in the United States. *Acta Sociologica, 59*(4), 362-377.
- Maree, T. (2017). The social media use integration scale: Toward reliability and validity. *International Journal of Human-Computer Interaction, 33*(12), 963-972. Matsumoto, A.,
- Marengo, D., Longobardi, C., Fabris, M., & Settanni, M. (2018). Highly-visual social media and internalizing symptoms in adolescence: the mediating role of body image concerns. *Computers in Human Behavior, 82*, 63-69.

- Markey, C. N. (2010). Invited Commentary: Why Body Image is Important to Adolescent Development. *Journal of Youth and Adolescence*, 39(12), 1387-1391. doi:10.1007/s10964-010-9510-0
- Markova, I. & Azocar, C. (2020). The Effects of Social and Entertainment Media on Body Dissatisfaction and Social Comparison of Men with Marginalized Identities. *International Journal of Home Economics*, 13(2), 29-41.
- Mary, A. A. (2014). Re-evaluating the concept of adulthood and the framework of transition. *Journal of Youth Studies*, 17(3), 415-429.
- McArdle, K. A., & Hill, M. S. (2009). Understanding body dissatisfaction in gay and heterosexual men: The roles of self-esteem, media, and peer influence. *Men and Masculinities*, 11(5), 511-532. doi:10.1177/1097184X07303728
- McCabe, M. P., & Ricciardelli, L. A. (2004). Body image dissatisfaction among males across the lifespan: A review of past literature. *Journal of Psychosomatic Research*, 56(6), 675-685. doi:10.1016/S0022-3999(03)00129-6
- McCay-Peet, L., & Quan-Haase, A. (2016). A Model of Social Media Engagement: User Profiles, Gratifications, and Experiences. Dans H. O'Brien & P. Cairns (Eds.), *Why Engagement Matters: Cross-Disciplinary Perspectives of User Engagement in Digital Media* (pp. 199-217). Cham: Springer International Publishing.
- McCroskey, J. C., Richmond, V. P., & Daly, J. A. (1975). The development of a measure of perceived homophily in interpersonal communication. *Human Communication Research*, 1(4), 323-332.
- McLean, K. C., Syed, M., & Manago, A. M. (2014). Identity Development in the Digital Age: The Case of Social Networking Sites. Dans: Oxford University Press.
- McNeill, L. S., & Firman, J. L. (2014). Ideal body image: A male perspective on self. *Australasian Marketing Journal (AMJ)*, 22(2), 136-143.
- Meier, E. P., & Gray, J. (2014). Facebook photo activity associated with body image disturbance in adolescent girls. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 17(4), 199-206.
- Miller, K. H., Ogletree, R. J., & Welshimer, K. (2002). Impact of activity behaviors on physical activity identity and self-efficacy. *American Journal of Health Behavior*, 26(5), 323-330.
- Mills, J. S., Musto, S., Williams, L., & Tiggemann, M. (2018). "Selfie" harm: Effects on mood and body image in young women. *Body Image*, 27, 86-92.
- Mingoia, J., Hutchinson, A. D., Wilson, C., & Gleaves, D. H. (2017). The relationship between social networking site use and the internalization of a thin ideal in females: A meta-analytic review. *Frontiers in Psychology*, 8, 1351.

- Modica, C. A. (2020). The Associations Between Instagram Use, Selfie Activities, Appearance Comparison, and Body Dissatisfaction in Adult Men. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*.
- Molla, R. & Wagner, K. (2018). People spend almost as much time on Instagram as they spend on Facebook. Récupéré à <https://www.vox.com/2018/6/25/17501224/instagram-facebook-snapchat-time-spent-growth-data>
- Morin, A. J., Maïano, C., Scalas, L. F., Janosz, M., & Litalien, D. (2017). Adolescents' body image trajectories: A further test of the self-equilibrium hypothesis. *Developmental Psychology, 53*(8), 1501.
- Morrison, T. G., Morrison, M. A., & Hopkins, C. (2003). Striving for bodily perfection? An exploration of the drive for muscularity in Canadian men. *Psychology of Men & Masculinity, 4*(2), 111.
- Morrison, M. A., Morrison, T. G., & Sager, C. L. (2004). Does body satisfaction differ between gay men and lesbian women and heterosexual men and women?: A meta-analytic review. *Body image, 1*(2), 127-138.
- Morse, S., & Gergen, K. J. (1970). Social comparison, self-consistency, and the concept of self. *Journal of Personality and Social Psychology, 16*(1), 148.
- Murnen, S. K., & Karazsia, B. T. (2017). A review of research on men's body image and drive for muscularity. Dans R. F. Levant & Y. J. Wong (Eds.), *The psychology of men and masculinities*. (pp. 229-257). Washington, DC, US: American Psychological Association.
- Murray, S. B., Griffiths, S., & Mond, J. M. (2016). Evolving eating disorder psychopathology: Conceptualising muscularity-oriented disordered eating. *The British Journal of Psychiatry, 208*(5), 414-415.
- Murray, S. B., Nagata, J. M., Griffiths, S., Calzo, J. P., Brown, T. A., Mitchison, D., . . . Mond, J. M. (2017). The enigma of male eating disorders: A critical review and synthesis. *Clinical Psychology Review, 57*, 1-11.
- Murray, T., & Lewis, V. (2014). Gender-role conflict and men's body satisfaction: The moderating role of age. *Psychology of Men & Masculinity, 15*(1), 40-48. doi:10.1037/a0030959
- Mussweiler, T., Rüter, K., & Epstude, K. (2006). The why, who, and how of social comparison: A social-cognition perspective. *Social comparison and social psychology: Understanding cognition, intergroup relations, and culture*, 33-54.
- Muth, J. L., & Cash, T. F. (1997). Body-Image Attitudes: What Difference Does Gender Make? 1. *Journal of Applied Social Psychology, 27*(16), 1438-1452.

- Myers, T. A., & Crowther, J. H. (2009). Social comparison as a predictor of body dissatisfaction: A meta-analytic review. *Journal of abnormal psychology, 118*(4), 683.
- Nadkarni, A., & Hofmann, S. G. (2012). Why do people use Facebook? *Personality and Individual Differences, 52*(3), 243-249.
- Negrin, L. (2008). Appearance and identity. Dans *Appearance and Identity* (pp. 9-32). Palgrave Macmillan, New York.
- Nelson, M. C., Story, M., Larson, N. I., Neumark-Sztainer, D., & Lytle, L. A. (2008). Emerging adulthood and college-aged youth: An overlooked age for weight-related behavior change. *Obesity, 16*(10), 2205-2211. doi:10.1038/oby.2008.365
- Nelson, S. C., Kling, J., Wängqvist, M., Frisé, A., & Syed, M. (2018). Identity and the body: Trajectories of body esteem from adolescence to emerging adulthood. *Developmental Psychology, 54*(6), 1159-1171. doi:10.1037/dev0000435
- Nesi, J., & Prinstein, M. J. (2015). Using social media for social comparison and feedback-seeking: Gender and popularity moderate associations with depressive symptoms. *Journal of Abnormal Child Psychology, 43*(8), 1427-1438.
- Neumark-Sztainer, D., Paxton, S. J., Hannan, P. J., Haines, J., & Story, M. (2006). Does body satisfaction matter? Five-year longitudinal associations between body satisfaction and health behaviors in adolescent females and males. *Journal of adolescent health, 39*(2), 244-251.
- Olivardia, R., Pope, H. G., Borowiecki, J. J., & Cohane, G. H. (2004). Biceps and body image: The relationship between muscularity and self-esteem, depression, and eating disorder symptoms. *Psychology of Men and Masculinity, 5*(2), 112-120. doi:10.1037/1524-9220.5.2.112
- Oppenheimer, D. M., Meyvis, T., & Davidenko, N. (2009). Instructional manipulation checks: Detecting satisficing to increase statistical power. *Journal of Experimental Social Psychology, 45*(4), 867-872. doi:10.1016/j.jesp.2009.03.009
- Park, N., Kee, K. F., & Valenzuela, S. (2009). Being immersed in social networking environment: Facebook groups, uses and gratifications, and social outcomes. *CyberPsychology & Behavior, 12*(6), 729-733.
- Park, S. Y., & Baek, Y. M. (2018). Two faces of social comparison on Facebook: The interplay between social comparison orientation, emotions, and psychological well-being. *Computers in Human Behavior, 79*, 83-93. doi:10.1016/j.chb.2017.10.028
- Paulson, L. (2020). # gotmuscles? Instagram and Body Image in College Men. *The Journal of Social Media in Society, 9*(1), 63-84.

- Paxton, S. J., Neumark-Sztainer, D., Hannan, P. J., & Eisenberg, M. E. (2006). Body dissatisfaction prospectively predicts depressive mood and low self-esteem in adolescent girls and boys. *Journal of Clinical Child and Adolescent Psychology, 35*(4), 539-549.
- Peat, C. M., Peyerl, N. L., Ferraro, F. R., & Butler, M. (2011). Age and body image in Caucasian men. *Psychology of Men & Masculinity, 12*(2), 195.
- Pila, E., Mond, J. M., Griffiths, S., Mitchison, D., & Murray, S. B. (2017). A thematic content analysis of #cheatmeal images on social media: Characterizing an emerging dietary trend. *International Journal of Eating Disorders, 50*(6), 698-706.
- Polivy, J., & Herman, C. P. (2002). Causes of eating disorders. *Annual review of psychology, 53*(1), 187-213.
- Poushter, J., Bishop, C., & Chwe, H. (2018). Social media use continues to rise in developing countries but plateaus across developed ones. *Pew Research Center, 22*.
- Quan-Haase, A., & Young, A. L. (2010). Uses and gratifications of social media: A comparison of Facebook and instant messaging. *Bulletin of Science, Technology & Society, 30*(5), 350-361.
- Quittkat, H. L., Hartmann, A. S., Düsing, R., Buhlmann, U., & Vocks, S. (2019). Body dissatisfaction, importance of appearance, and body appreciation in men and women over the lifespan. *Frontiers in psychiatry, 10*, 864.
- Richter, A., & Koch, M. (2008). Functions of social networking services. *De CSCW to Web 2.0: European Developments in Collaborative Design Selected Papers from COOP08*.
- Rindfuss, R. R. (1991). The Young Adult Years: Diversity, Structural Change, and Fertility. *Demography, 28*(4), 493-512. doi:10.2307/2061419
- Robinson, L., Prichard, I., Nikolaidis, A., Drummond, C., Drummond, M., & Tiggemann, M. (2017). Idealised media images: The effect of fitspiration imagery on body satisfaction and exercise behaviour. *Body Image, 22*, 65-71.
- Rodgers, R. F., McLean, S. A., & Paxton, S. J. (2015). Longitudinal relationships among internalization of the media ideal, peer social comparison, and body dissatisfaction: Implications for the tripartite influence model. *Developmental psychology, 51*(5), 706.
- Rodgers, R., & Melioli, T. (2016). The Relationship Between Body Image Concerns, Eating Disorders and Internet Use, Part I: A Review of Empirical Support. *Adolescent Research Review, 1*(2), 95-119. doi:10.1007/s40894-015-0016-6
- Rosenberg, J., & Egbert, N. (2011). Online impression management: Personality traits and concerns for secondary goals as predictors of self-presentation tactics on facebook.

Journal of Computer-Mediated Communication, 17(1), 1-18. doi:10.1111/j.1083-6101.2011.01560.x

- Rosenberg, M. (1989). *Society and the adolescent self-image*, Rev. ed. Middletown, CT, England: Wesleyan University Press.
- Rounsefell, K., Gibson, S., McLean, S., Blair, M., Molenaar, A., Brennan, L., ... & McCaffrey, T. A. (2020). Social media, body image and food choices in healthy young adults: A mixed methods systematic review. *Nutrition & Dietetics*, 77(1), 19-40.
- Rousseau, A., Denieul, M., Lentillon, V., & Valls, M. (2014). French validation of the Male Body Dissatisfaction Scale in a sample of young men. *Journal de Thérapie Comportementale et Cognitive*, 24(3), 122-129. doi:10.1016/j.jtcc.2014.07.001
- Ruggiero, T. E. (2000). Uses and gratifications theory in the 21st century. *Mass communication & society*, 3(1), 3-37.
- Ryan, T., Chester, A., Reece, J., & Xenos, S. (2014). The uses and abuses of Facebook: A review of Facebook addiction.
- Sabatini, F., & Sarracino, F. (2015). Keeping up with the e-Joneses: Do online social networks raise social comparisons? *FEEM Working Paper*. doi:10.2139/ssrn.2771042
- Saiphoo, A. N., & Vahedi, Z. (2019). A meta-analytic review of the relationship between social media use and body image disturbance. *Computers in Human Behavior*, 101, 259-275. doi:10.1016/j.chb.2019.07.028
- Schaefer, L. M., & Thompson, J. K. (2018). The development and validation of the Physical Appearance Comparison Scale-3 (PACS-3). *Psychological Assessment*, 30(10), 1330-1341. doi:10.1037/pas0000576
- Schwartz, S. J. (2016). Turning Point for a Turning Point: Advancing Emerging Adulthood Theory and Research. *Emerging Adulthood*, 4(5), 307-317. doi:10.1177/2167696815624640
- Schwartz, S. J., Côté, J. E., & Arnett, J. J. (2005). Identity and agency in emerging adulthood: Two developmental routes in the individualization process. *Youth & Society*, 37(2), 201-229.
- Schwartz, S. J., Donnellan, M. B., Ravert, R. D., Luyckx, K., & Zamboanga, B. L. (2012). Identity development, personality, and well-being in adolescence and emerging adulthood: Theory, research, and recent advances. Dans I. B. Weiner (Ed.), *Handbook of Psychology, Second Edition* (Vol. 6).

- Schwartz, S. J., Zamboanga, B., Luyckx, K., Meca, A., & Ritchie, R. (2015). Identity in emerging adulthood: Reviewing the field and looking forward. Dans J. J. Arnett (Ed.), *Oxford Handbook of Emerging Adulthood* (pp. 401-420): Oxford University Press.
- Settersten Jr, R. A. (2007). The new landscape of adult life: Road maps, signposts, and speed lines. *Research in Human Development, 4*(3-4), 239-252.
doi:10.1080/15427600701663098
- Shafie, L. A., Nayan, S., & Osman, N. (2012). Constructing identity through Facebook profiles: online identity and visual impression management of university students in Malaysia. *Procedia-Social and Behavioral Sciences, 65*, 134-140.
- Shanahan, M. J. (2000). Pathways to Adulthood in Changing Societies: Variability and Mechanisms in Life Course Perspective. *Annual Review of Sociology, 26*(1), 667-692.
doi:10.1146/annurev.soc.26.1.667
- Sharpe, H., Patalay, P., Choo, T.-H., Wall, M., Mason, S. M., Goldschmidt, A. B., & Neumark-Sztainer, D. (2017). Bidirectional associations between body dissatisfaction and depressive symptoms from adolescence through early adulthood. *Development and psychopathology, 1-12*. doi:10.1017/S0954579417001663
- Sheldon, P., & Bryant, K. (2016). Instagram: Motives for its use and relationship to narcissism and contextual age. *Computers in Human Behavior, 58*, 89-97.
- Sheldon, P., Rauschnabel, P. A., Antony, M. G., & Car, S. (2017). A cross-cultural comparison of Croatian and American social network sites: Exploring cultural differences in motives for Instagram use. *Computers in Human Behavior, 75*, 643-651.
doi:10.1016/j.chb.2017.06.009
- Sicilia, A., Granero-Gallegos, A., Alcaraz-Ibáñez, M., Griffiths, M. D., Sánchez-Gallardo, I., & Medina-Casabón, J. (2019). The Development of the Internalization of Sociocultural Body Ideals Scale Using Items From the Sociocultural Attitudes Towards Appearance Questionnaire: Validity, Reliability, and Measurement Invariance Testing. *International Journal of Mental Health and Addiction, 1-14*.
- Siever, M. D. (1994). Sexual orientation and gender as factors in socioculturally acquired vulnerability to body dissatisfaction and eating disorders. *Journal of consulting and clinical psychology, 62*(2), 252.
- Sigerson, L., & Cheng, C. (2018). Scales for measuring user engagement with social network sites: A systematic review of psychometric properties. *Computers in Human Behavior, 83*, 87-105.
- Sira, N., & White, C. P. (2010). Individual and familial correlates of body satisfaction in male and female college students. *Journal of American College Health, 58*(6), 507-514.

- Slater, A., Varsani, N., & Diedrichs, P. C. (2017). #fitspo or# loveyourself? The impact of fitspiration and self-compassion Instagram images on women's body image, self-compassion, and mood. *Body Image, 22*, 87-96.
- Smith, A., & Anderson, M. (2018). Social media use in 2018. *Pew Research Center, 1*.
- Smith, A. R., Hawkeswood, S. E., Bodell, L. P., & Joiner, T. E. (2011). Muscularity versus leanness: An examination of body ideals and predictors of disordered eating in heterosexual and gay college students. *Body Image, 8*(3), 232-236.
- Smock, A. D., Ellison, N. B., Lampe, C., & Wohn, D. Y. (2011). Facebook as a toolkit: A uses and gratification approach to unbundling feature use. *Computers in Human Behavior, 27*(6), 2322-2329.
- Sohn, S. H. (2010). Sex Differences in Social Comparison and Comparison Motives in Body Image Process. *North American Journal of Psychology Nezlek, 12*(3), 481-500.
- Stafford, T. F., & Stafford, M. R. (2001). Identifying motivations for the use of commercial web sites. *Information Resources Management Journal (IRMJ), 14*(1), 22-30.
- Steers, M.-L. N., Wickham, R. E., & Acitelli, L. K. (2014). Seeing everyone else's highlight reels: How Facebook usage is linked to depressive symptoms. *Journal of Social and Clinical Psychology, 33*(8), 701-731.
- Stein, J. P., Krause, E., & Ohler, P. (2021). Every (Insta) Gram counts? Applying cultivation theory to explore the effects of Instagram on young users' body image. *Psychology of Popular Media, 10*(1), 87.
- Stice, E. (2002). Risk and maintenance factors for eating pathology: a meta-analytic review. *Psychological bulletin, 128*(5), 825.
- Stice, E., & Shaw, H. E. (1994). Adverse effects of the media portrayed thin-ideal on women and linkages to bulimic symptomatology. *Journal of Social and Clinical Psychology, 13*(3), 288-308.
- Stice, E., & Shaw, H. E. (2002). Role of body dissatisfaction in the onset and maintenance of eating pathology: A synthesis of research findings. *Journal of Psychosomatic Research, 53*(5), 985-993.
- Stormer, S. M., & Thompson, J. K. (1996). Explanations of body image disturbance: A test of maturational status, negative verbal commentary, social comparison, and sociocultural hypotheses. *International Journal of Eating Disorders, 19*(2), 193-202.
- Stronge, S., Greaves, L. M., Milojev, P., West-Newman, T., Barlow, F. K., & Sibley, C. G. (2015). Facebook is linked to body dissatisfaction: Comparing users and non-users. *Sex Roles, 73*(5-6), 200-213.

- Summerville, A., & Roese, N. J. (2008). Dare to compare: Fact-based versus simulation-based comparison in daily life. *Journal of Experimental Social Psychology, 44*(3), 664-671.
- Sumter, S. R., Cingel, D., & Hollander, L. (2021). Navigating a muscular and sexualized Instagram feed: An experimental study examining how Instagram affects both heterosexual and nonheterosexual men's body image. *Psychology of Popular Media.*
- Swartz, T. T., Hartmann, D., & Rumbaut, R. G. (2017). *Crossings to Adulthood*. Leiden, Nederland: Brill.
- Tamplin, N. C., McLean, S. A., & Paxton, S. J. (2018). Social media literacy protects against the negative impact of exposure to appearance ideal social media images in young adult women but not men. *Body Image, 26*, 29-37. doi:10.1016/j.bodyim.2018.05.003
- Taylor, S. E., & Lobel, M. (1989). Social comparison activity under threat: Downward evaluation and upward contacts. *Psychological review, 96*(4), 569
- Taylor, S. E., Wayment, H., & Carrillo, M. (1996). Social comparison, self-regulation, and motivation. Dans R. M. Sorrentino & E. T. Higgins (Eds.), *Handbook of Motivation and Cognition: foundations of social behavior* (Vol. 3, pp. 3-27). New-York: Guilford Press.
- Thompson, J. K., Heinberg, L. J., Altabe, M., & Tantleff-Dunn, S. (1999). Future directions: Integrative theories, multidimensional assessments, and multicomponent interventions. Dans J. K. Thompson, L. J. Heinberg, M. N. Altabe, & S. Tantleff-Dunn (Eds.), *Exacting beauty: Theory, assessment, and treatment of body image disturbance*. (pp. 311-332). Washington, DC, US: American Psychological Association.
- Thompson, J. K., & Stice, E. (2001). Thin-ideal internalisation: Mounting evidence for a new risk factor for body image disturbance and eating pathology. *Current Directions in Psychological Science, 10*(5), 181–183.
- Tiggemann, M. (2004). Body image across the adult life span: Stability and change. *Body image, 1*(1), 29-41.
- Tiggemann, M. (2012). Sociocultural perspectives on body image. Dans T. F. Cash (Ed.), *Encyclopedia of body image and human appearance* (pp. 12-30). Elsevier Academic Press.
- Tiggemann, M., & Anderberg, I. (2020). Muscles and bare chests on Instagram: The effect of Influencers' fashion and fitness images on men's body image. *Body Image, 35*, 237-244.

- Tiggemann, M., Martins, Y., & Kirkbride, A. (2007). Oh to be lean and muscular: Body image ideals in gay and heterosexual men. *Psychology of Men & Masculinity*, 8(1), 15-24. doi:10.1037/1524-9220.8.1.15
- Tiggemann, M., & Zaccardo, M. (2018). 'Strong is the new skinny': A content analysis of# fitnesspiration images on Instagram. *Journal of health psychology*, 23(8), 1003-1011.
- Toma, C. L., & Hancock, J. T. (2010). Looks and lies: The role of physical attractiveness in online dating self-presentation and deception. *Communication research*, 37(3), 335-351.
- Tylka, T. L. (2011). Refinement of the tripartite influence model for men: Dual body image pathways to body change behaviors. *Body Image*, 8(3), 199-207.
- Vannucci, A., & Ohannessian, C. M. (2018). Body Image Dissatisfaction and Anxiety Trajectories During Adolescence. *Journal of Clinical Child & Adolescent Psychology*, 47(5), 785-795. doi:10.1080/15374416.2017.1390755
- Verrastro, V., Liga, F., Cuzzocrea, F., & Gugliandolo, M. C. (2020). Fear the Instagram: beauty stereotypes, body image and Instagram use in a sample of male and female adolescents. *Qwerty-Open and Interdisciplinary Journal of Technology, Culture and Education*, 15(1), 31-49.
- Verduyn, P., Lee, D. S., Park, J., Shablack, H., Orvell, A., Bayer, J., ... & Kross, E. (2015). Passive Facebook usage undermines affective well-being: Experimental and longitudinal evidence. *Journal of Experimental Psychology: General*, 144(2), 480.
- Verduyn, P., Ybarra, O., Résibois, M., Jonides, J., & Kross, E. (2017). Do Social Network Sites Enhance or Undermine Subjective Well-Being? A Critical Review. *Social Issues and Policy Review*, 11(1), 274-302. doi:10.1111/sipr.12033
- Wängqvist, M., & Frisé, A. (2013). Swedish 18-year-olds' identity formation: Associations with feelings about appearance and internalization of body ideals. *Journal of Adolescence*, 36(3), 485-493.
- Watson, A., Murnen, S. K., & College, K. (2019). Gender differences in responses to thin, athletic, and hyper-muscular idealized bodies. *Body Image*, 30, 1-9.
- Weir, C. B., & Jan, A. (2021). *BMI Classification and Cut Off Points*. Récupéré sur <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/books/NBK541070/>
- Wheeler, L. (1966). Motivation as a determinant of upward comparison. *Journal of Experimental Social Psychology*, 1, 27-31.
- Wheeler, L., & Miyake, K. (1992). Social comparison in everyday life. *Journal of Personality and Social Psychology*, 62(5), 760.

- Whiting, A., & Williams, D. (2013). Why people use social media: a uses and gratifications approach. *Qualitative Market Research: An International Journal*, 16(4), 362e369. <http://dx.doi.org/10.1108/QMR-06-2013-0041>.
- Wills, T. A. (1981). Downward comparison principles in social psychology. *Psychological bulletin*, 90(2), 245.
- Wood, J. V. (1989). Theory and research concerning social comparisons of personal attributes. *Psychological bulletin*, 106(2), 231.
- Wyssen, A., Bryjova, J., Meyer, A. H., & Munsch, S. (2016). A model of disturbed eating behavior in men: The role of body dissatisfaction, emotion dysregulation and cognitive distortions. *Psychiatry Research*, 246, 9-15. doi:10.1016/j.psychres.2016.09.010
- Yazdanparast, A., Joseph, M., & Qureshi, A. (2015). An investigation of Facebook boredom phenomenon among college students. *Young Consumers*, 16(4), 468-480.
- Zhang, J., & Centola, D. (2020). How social networks shape social comparison. Dans J. Suls, R. L. Collins, & L. Wheeler (Eds.), *Social comparison, judgment, and behavior* (pp. 443–461). Oxford University Press. doi :10.1093/oso/9780190629113.003.0016
- Zhang, Y., & Leung, L. (2015). A review of social networking service (SNS) research in communication journals from 2006 to 2011. *New media & society*, 17(7), 1007-1024.
- Zhao, S., Grasmuck, S., & Martin, J. (2008). Identity construction on Facebook: Digital empowerment in anchored relationships. *Computers in Human Behavior*, 24(5), 1816-1836.
- Zimmer-Gembeck, M. J., Hawes, T., & Pariz, J. (2021). A closer look at appearance and social media: Measuring activity, self-presentation, and social comparison and their associations with emotional adjustment. *Psychology of Popular Media*, 10(1), 74.

Annexe A – Questionnaire

Section 1

1. Âge (veuillez indiquer votre mois et votre année naissance)

MM/AAAA

2. De quelle origine ethnique/culturelle êtes-vous ?

- Blanche (Europe, Moyen-Orient, Afrique du Nord, etc.)
- Noire (Jamaïque, Caraïbes, Niger, Haïti, etc.)
- Autochtone ou Inuit
- Asiatique (Extrême-Orient, Asie du Sud-est, Cambodge, Chine, etc.)
- Latino (Mexique, Porto-Rico, Cuba, République Dominicaine, etc.)
- Je préfère ne pas répondre
- Autre : _____

3. Quel est votre état matrimonial actuel?

- Célibataire
- Marié(e)/Conjoint(e) de fait
- Séparé(e)/Divorcé(e)
- Veuf/Veuve
- Je préfère ne pas répondre

4. Quelle est votre orientation sexuelle?

- Hétérosexuel
- Homosexuel
- Bisexuel
- Pansexuel
- Je préfère ne pas répondre
- Autre : _____

5. Laquelle de ces options décrit le mieux votre situation professionnelle actuelle?

- Étudiant collégial
- Étudiant universitaire
- Travailleur à temps plein
- Travailleur à temps partiel
- Sans emploi
- Je préfère ne pas répondre

Autre : _____

6. Quel est votre poids? (en kg)

_____ kg

Je préfère ne pas répondre

7. Quelle est votre grandeur? (en mètres)

_____ m

Je préfère ne pas répondre

Section 2

1. En moyenne, combien de temps passez-vous sur Instagram par jour? (Note : vous pouvez accéder à cette information sous l'onglet *Votre Activité*, en haut à droite de votre profil)

_____ minutes.

Section 3

Veillez indiquer à quel point vous êtes en accord avec les énoncés suivants.

1. Les gens que je suis sur Instagram me ressemblent physiquement

Fortement en désaccord 1	En désaccord 2	Plutôt en désaccord 3	Neutre 4	Plutôt en accord 5	En accord 6	Fortement en accord 7
-----------------------------------	----------------------	-----------------------------	-------------	--------------------------	-------------------	-----------------------------

2. Les gens que je suis sur Instagram ont un corps similaire au mien

Fortement en désaccord 1	En désaccord 2	Plutôt en désaccord 3	Neutre 4	Plutôt en accord 5	En accord 6	Fortement en accord 7
-----------------------------------	----------------------	-----------------------------	-------------	--------------------------	-------------------	-----------------------------

3. Les gens que je suis sur Instagram ont une apparence similaire à la mienne

Fortement en désaccord 1	En désaccord 2	Plutôt en désaccord 3	Neutre 4	Plutôt en accord 5	En accord 6	Fortement en accord 7
-----------------------------------	----------------------	-----------------------------	-------------	--------------------------	-------------------	-----------------------------

Section 4

À quelle fréquence utilisez-vous Instagram pour les raisons suivantes? (Note : dans vos réponses, considérez que l'utilisation d'Instagram inclut à la fois les publications et les *stories*.)

1. Interagir avec mes amis

Jamais	Rarement	Parfois	Souvent	Toujours
1	2	3	4	5

2. Voir les nouvelles publications de mes amis

Jamais	Rarement	Parfois	Souvent	Toujours
1	2	3	4	5

3. C'est plaisant

Jamais	Rarement	Parfois	Souvent	Toujours
1	2	3	4	5

4. Suivre mes amis

Jamais	Rarement	Parfois	Souvent	Toujours
1	2	3	4	5

5. Voir ce que les autres partagent

Jamais	Rarement	Parfois	Souvent	Toujours
1	2	3	4	5

6. Aimer les photos de mes abonnés

Jamais	Rarement	Parfois	Souvent	Toujours
1	2	3	4	5

7. Fouiner dans les publications des autres

Jamais	Rarement	Parfois	Souvent	Toujours
1	2	3	4	5

8. Dépeindre ma vie en photos

Jamais	Rarement	Parfois	Souvent	Toujours
1	2	3	4	5

9. Se souvenir d'événements spéciaux

Jamais	Rarement	Parfois	Souvent	Toujours
1	2	3	4	5

10. Partager ma vie avec les autres

Jamais	Rarement	Parfois	Souvent	Toujours
1	2	3	4	5

11. Documenter le monde autour de moi

Jamais	Rarement	Parfois	Souvent	Toujours
1	2	3	4	5

12. Commémorer un événement

Jamais	Rarement	Parfois	Souvent	Toujours
1	2	3	4	5

13. Se souvenir de choses importantes

Jamais	Rarement	Parfois	Souvent	Toujours
1	2	3	4	5

14. Devenir populaire

Jamais	Rarement	Parfois	Souvent	Toujours
1	2	3	4	5

15. C'est « cool »

Jamais	Rarement	Parfois	Souvent	Toujours
1	2	3	4	5

16. S'autopromouvoir

Jamais	Rarement	Parfois	Souvent	Toujours
1	2	3	4	5

17. Fournir de nouvelles publications pour mes amis

Jamais	Rarement	Parfois	Souvent	Toujours
1	2	3	4	5

18. Trouver des gens avec qui j'ai des intérêts communs

Jamais	Rarement	Parfois	Souvent	Toujours
1	2	3	4	5

19. Créer de l'art

Jamais	Rarement	Parfois	Souvent	Toujours
1	2	3	4	5

20. Mettre en valeur mes talents de photographie

Jamais	Rarement	Parfois	Souvent	Toujours
1	2	3	4	5

Section 5

À quelle fréquence faites-vous les activités suivantes lorsque vous êtes connecté à Instagram ?
(Note: Choisir "Très fréquemment" signifie que vous faites cette activité 100% du temps pendant lequel vous êtes connecté à Instagram.)

1. Publier des photos/*stories*

Jamais (0%)	Rarement (25%)	Quelquefois (50%)	Assez fréquemment (75%)	Très fréquemment (100%)
1	2	3	4	5

2. Commenter (des photos/*stories*)

Jamais (0%)	Rarement (25%)	Quelquefois (50%)	Assez fréquemment (75%)	Très fréquemment (100%)
1	2	3	4	5

3. Veuillez sélectionner le choix Assez fréquemment*

Jamais (0%)	Rarement (25%)	Quelquefois (50%)	Assez fréquemment (75%)	Très fréquemment (100%)
1	2	3	4	5

4. Interagir par l'intermédiaire de la messagerie instantanée

Jamais (0%)	Rarement (25%)	Quelquefois (50%)	Assez fréquemment (75%)	Très fréquemment (100%)
1	2	3	4	5

5. Vérifier, par le biais d'Instagram, ce que quelqu'un est en train de faire

Jamais (0%)	Rarement (25%)	Quelquefois (50%)	Assez fréquemment (75%)	Très fréquemment (100%)
1	2	3	4	5

6. Identifier des photos

Jamais (0%)	Rarement (25%)	Quelquefois (50%)	Assez fréquemment (75%)	Très fréquemment (100%)
1	2	3	4	5

7. Regarder des photos

Jamais (0%)	Rarement (25%)	Quelquefois (50%)	Assez fréquemment (75%)	Très fréquemment (100%)
1	2	3	4	5

8. Publier des vidéos

Jamais (0%)	Rarement (25%)	Quelquefois (50%)	Assez fréquemment (75%)	Très fréquemment (100%)
1	2	3	4	5

9. Identifier des vidéos

Jamais (0%)	Rarement (25%)	Quelquefois (50%)	Assez fréquemment (75%)	Très fréquemment (100%)
1	2	3	4	5

10. Naviguer passivement sur le fil d'actualité (sans aimer ou commenter des photos/*stories*)

Jamais (0%)	Rarement (25%)	Quelquefois (50%)	Assez fréquemment (75%)	Très fréquemment (100%)
1	2	3	4	5

11. Naviguer activement sur le fil d'actualité (aimer ou commenter des photos/*stories*)

Jamais (0%)	Rarement (25%)	Quelquefois (50%)	Assez fréquemment (75%)	Très fréquemment (100%)
1	2	3	4	5

12. Regarder le profil des amis Instagram

Jamais (0%)	Rarement (25%)	Quelquefois (50%)	Assez fréquemment (75%)	Très fréquemment (100%)
1	2	3	4	5

**Question contrôle, la bonne réponse correspondant à 4*

Section 6

Les gens comparent parfois leur apparence physique à l'apparence physique des autres. Cette comparaison peut être à propos de leur poids ou de leur silhouette, musculature ou apparence générale. Ci-dessous vous trouverez une liste de différents contextes dans lesquels les gens peuvent s'engager dans ces types de comparaisons liées à l'apparence.

Pour chaque type de comparaison, faites ce qui suit s'il-vous-plait :

Étape 1 : Indiquez premièrement à quelle fréquence vous faites ces types de comparaison (en utilisant l'échelle procurée, « Jamais » à « Presque toujours »)

Étape 2: Si vous ne vous engagez jamais dans un type particulier de comparaison (i.e., vous avez indiqué « Jamais » à l'énoncé), passez immédiatement à la question suivante. Cependant, si vous indiquez « Rarement », « Parfois », « Souvent » ou « Presque toujours », indiquez également comment vous vous êtes sentis face à l'objet de comparaison (« Beaucoup mieux » à « Vraiment Pire »).

1. Veuillez sélectionner le choix « Fortement en accord » *

Jamais	Rarement	Parfois	Souvent	Toujours
1	2	3	4	5

2. Quand je vais sur Instagram, je compare mon apparence physique à l'apparence physique des autres

Jamais	Rarement	Parfois	Souvent	Presque Toujours
1	2	3	4	5

2.b) Quand je fais ces comparaisons, je crois généralement que je parais _____ que la personne à laquelle je me compare

Beaucoup mieux	Mieux	Égal	Pire	Vraiment pire
1	2	3	4	5

3. Quand je vais sur Instagram, je compare ma musculature à la musculature des autres usagers

Jamais	Rarement	Parfois	Souvent	Presque Toujours
1	2	3	4	5

3.b) Quand je fais ces comparaisons, je crois généralement que je parais _____ que la personne à laquelle je me compare

Beaucoup mieux	Mieux	Égal	Pire	Vraiment pire
1	2	3	4	5

* *Question contrôle, la bonne réponse correspondant à 5*

Section 7

Veillez indiquer à quel point vous êtes en accord avec les énoncés suivants.

1. Je suis satisfait de la quantité de muscles que j'ai comparativement à la quantité de gras que j'ai

Fortement en accord	En accord	Neutre	En désaccord	Fortement en désaccord
1	2	3	4	5

2. Les autres personnes pensent que j'ai un beau corps

Fortement en accord	En accord	Neutre	En désaccord	Fortement en désaccord
1	2	3	4	5

3. J'ai un bon poids pour ma grandeur

Fortement en accord	En accord	Neutre	En désaccord	Fortement en désaccord
1	2	3	4	5

4. Je souhaiterais avoir des bras plus musclés

Fortement en accord	En accord	Neutre	En désaccord	Fortement en désaccord
1	2	3	4	5

5. J'hésite à enlever mon chandail en public parce que les gens vont regarder mon corps

Fortement en accord	En accord	Neutre	En désaccord	Fortement en désaccord
1	2	3	4	5

6. Je fantasme d'avoir plus de muscles

Fortement en accord	En accord	Neutre	En désaccord	Fortement en désaccord
1	2	3	4	5

7. J'ai des pensées d'insatisfaction envers mon corps

Fortement en accord 1	En accord 2	Neutre 3	En désaccord 4	Fortement en désaccord 5
-----------------------------	----------------	-------------	----------------------	--------------------------------

8. Je pense que j'ai un corps généralement attirant

Fortement en accord 1	En accord 2	Neutre 3	En désaccord 4	Fortement en désaccord 5
-----------------------------	----------------	-------------	----------------------	--------------------------------

9. J'aimerais avoir un torse plus en forme de V (partie supérieure du corps)

Fortement en accord 1	En accord 2	Neutre 3	En désaccord 4	Fortement en désaccord 5
-----------------------------	----------------	-------------	----------------------	--------------------------------

10. J'aimerais raffermir mon corps pour accentuer les muscles que j'ai déjà

Fortement en accord 1	En accord 2	Neutre 3	En désaccord 4	Fortement en désaccord 5
-----------------------------	----------------	-------------	----------------------	--------------------------------

11. Je suis préoccupé par rapport au fait d'être plus musclé

Strongly agree 1	Agree 2	Neutral 3	Disagree 4	Strongly Disagree 5
------------------------	------------	--------------	---------------	---------------------------

12. Je souhaiterais avoir de plus gros biceps

Fortement en accord 1	En accord 2	Neutre 3	En désaccord 4	Fortement en désaccord 5
-----------------------------	----------------	-------------	----------------------	--------------------------------

13. J'ai un « six-pack » ou des abdominaux en « tablette de chocolat »

Fortement en accord 1	En accord 2	Neutre 3	En désaccord 4	Fortement en désaccord 5
-----------------------------	----------------	-------------	----------------------	--------------------------------

14. Les autres me trouveraient plus attirants si j'avais plus de muscles

Fortement en accord	En accord	Neutre	En désaccord	Fortement en désaccord
1	2	3	4	5

15. J'aimerais perdre plus de gras

Fortement en accord	En accord	Neutre	En désaccord	Fortement en désaccord
1	2	3	4	5

16. J'aime mettre mon corps en valeur

Fortement en accord	En accord	Neutre	En désaccord	Fortement en désaccord
1	2	3	4	5

17. J'aimerais avoir des muscles mieux définis

Fortement en accord	En accord	Neutre	En désaccord	Fortement en désaccord
1	2	3	4	5

18. Mon corps est sexuellement attirant pour les autres

Fortement en accord	En accord	Neutre	En désaccord	Fortement en désaccord
1	2	3	4	5

19. Avez-vous répondu sérieusement à ce questionnaire?

- Oui
- Non

* *Question contrôle, la bonne réponse correspondant à 5*

Annexe B - Formulaire de consentement

Vous êtes invité à participer à un projet de recherche concernant le site de réseautage social Instagram. Les modalités de ce projet vous sont présentées dans le présent document. En répondant au questionnaire qui suit, vous consentez à participer à cette recherche.

Titre du projet de recherche

Liens entre l'utilisation d'Instagram des hommes et l'insatisfaction corporelle

Présentation des membres du projet de recherche

Étudiant au doctorat en psychologie clinique (D.Psy) : Mathieu Parent

Sous la supervision de : Marie-Claude Richard, Ph.D

Ce projet de recherche s'effectue dans le cadre du doctorat en psychologie clinique (D.Psy) de l'Université Laval.

Objectifs du projet de recherche

L'objectif de ce projet est d'explorer les liens entre l'insatisfaction corporelle et l'utilisation d'Instagram chez une population masculine âgée de 18 à 29 ans. Les résultats de l'étude pourront faire avancer les connaissances sur les conséquences qui découlent de l'utilisation d'Instagram chez une population masculine.

Déroulement de la participation

Votre participation implique de remplir un questionnaire en ligne d'une durée approximative de 25-30 minutes qui comprend 67 questions. Les questions porteront sur des informations descriptives à votre égard, votre utilisation d'Instagram, votre tendance à vous comparer aux autres ainsi que votre satisfaction corporelle. Bien que les réponses à chacune des questions soient importantes pour la recherche, vous demeurez libre de choisir de ne pas répondre à l'une ou l'autre d'entre elles. Vous êtes également libre de mettre fin à votre participation au questionnaire à tout moment sans préjudice ni justification. Les questionnaires non complétés seront annulés et ne seront pas comptabilisés. Toutefois, lorsque vous aurez rempli et envoyé le questionnaire, il sera impossible de détruire vos données puisqu'aucune information permettant de vous identifier n'aura été recueillie. Sachez que vous pouvez enregistrer vos réponses et compléter les parties restantes du questionnaire au moment qui vous conviendra le mieux.

Avantages, inconvénients et risques pouvant découler de la participation

Votre participation à ce projet de recherche contribue à l'avancement des connaissances dans le domaine de la psychologie. La présente étude comporte très peu de risques ou d'inconvénients. Ce questionnaire pourrait toutefois susciter des réflexions ou des émotions négatives chez certains individus. Une liste de ressources est offerte à la fin du questionnaire. Vous êtes invités à l'imprimer pour vous y référer en cas de besoin. Finalement, le temps consacré à répondre au questionnaire pourrait être un inconvénient pour vous.

En dépit des mesures prises pour assurer la confidentialité, l'intégrité et la sécurité des données transmises en ligne, l'utilisation d'Internet comporte certains risques d'intrusion par des tiers, de manipulations, de pertes de données et d'identification. Veuillez éviter l'utilisation d'une connexion sans fil pour transmettre des données sensibles.

Confidentialité et conservation des données

Un code numérique sera associé à votre questionnaire. Il sera donc impossible de vous identifier. De ce fait, votre participation est strictement anonyme. Les données issues de vos réponses pourront être conservées pour d'autres analyses ou d'autres recherches, sous forme anonyme.

Consentement

En remplissant ce questionnaire, j'indique que je comprends :

- la nature et les buts de ce projet ;
- que ma participation à cette étude est volontaire ;
- que je ne peux pas me retirer de l'étude en raison de l'anonymat de mes réponses
- et que les données de cette étude seront utilisées à des fins scientifiques.

Personne-ressource

Si vous avez des questions concernant le projet de recherche ou si vous éprouvez un problème que vous croyez relié à votre participation au projet de recherche, vous pouvez communiquer avec l'étudiant responsable de ce projet :

- Mathieu Parent : mathieu.parent.10@ulaval.ca

Remerciements

Votre collaboration est précieuse la réalisation cette étude. C'est pourquoi je tiens à vous remercier pour le temps et l'attention que vous acceptez de consacrer à votre participation.

Plaintes ou critiques

Si vous avez des plaintes ou des critiques relatives à votre participation à cette recherche, vous pouvez vous adresser, en toute confidentialité, au bureau de l'Ombudsman de l'Université Laval aux coordonnées suivantes :

Pavillon Alphonse-Desjardins, bureau 3320
2325, rue de l'Université
Université Laval
Québec (Québec) G1V 0A6
Renseignements - Secrétariat : (418) 656-3081
Ligne sans frais : 1-866-323-2271
Courriel : info@ombudsman.ulaval.ca

Annexe C - Tableaux

Tableau 1 - Données sociodémographiques

Variables	n (%)
Origine ethnique	
Blanche	73 (93,5)
Noire	1 (1,3)
Autochtone/Inuit	1 (1,3)
Asiatique	-
Latino	2 (2,6)
Autre	1 (1,3)
État matrimonial	
Célibataire	52 (66,7)
Marié/Conjoint de fait	26 (33,3)
Séparé/Divorcé	-
Veuf	-
Orientation sexuelle	
Hétérosexuel	63 (80,8)
Homosexuel	14 (17,9)
Bisexuel	1 (1,3)
Pansexuel	-
Situation professionnelle	
Étudiant collégial	3 (3,8)
Étudiant universitaire	37 (47,4)
Travailleur à temps plein	34 (43,6)
Sans emploi	1 (1,3)
Préfère ne pas répondre	3 (3,8)

Tableau 2 - Normalité des données

Variables	Aplatissement	Asymétrie
Temps passé sur Instagram	-0,74	0,58
Insatisfaction corporelle	0,38	-0,79
Âge	-0,40	0,29
IMC	2,06	0,78
Homophilie du réseau	-0,70	-0,26
Documentation	0,65	0,70
Surveillance	0,32	-0,38
Créativité	0,60	0,95
<i>Coolness</i>	1,57	1,40
Actif social	-0,34	0,25
Actif non social	0,97	0,94
Passif	1,49	2,33

Tableau 3 - Matrice de corrélations

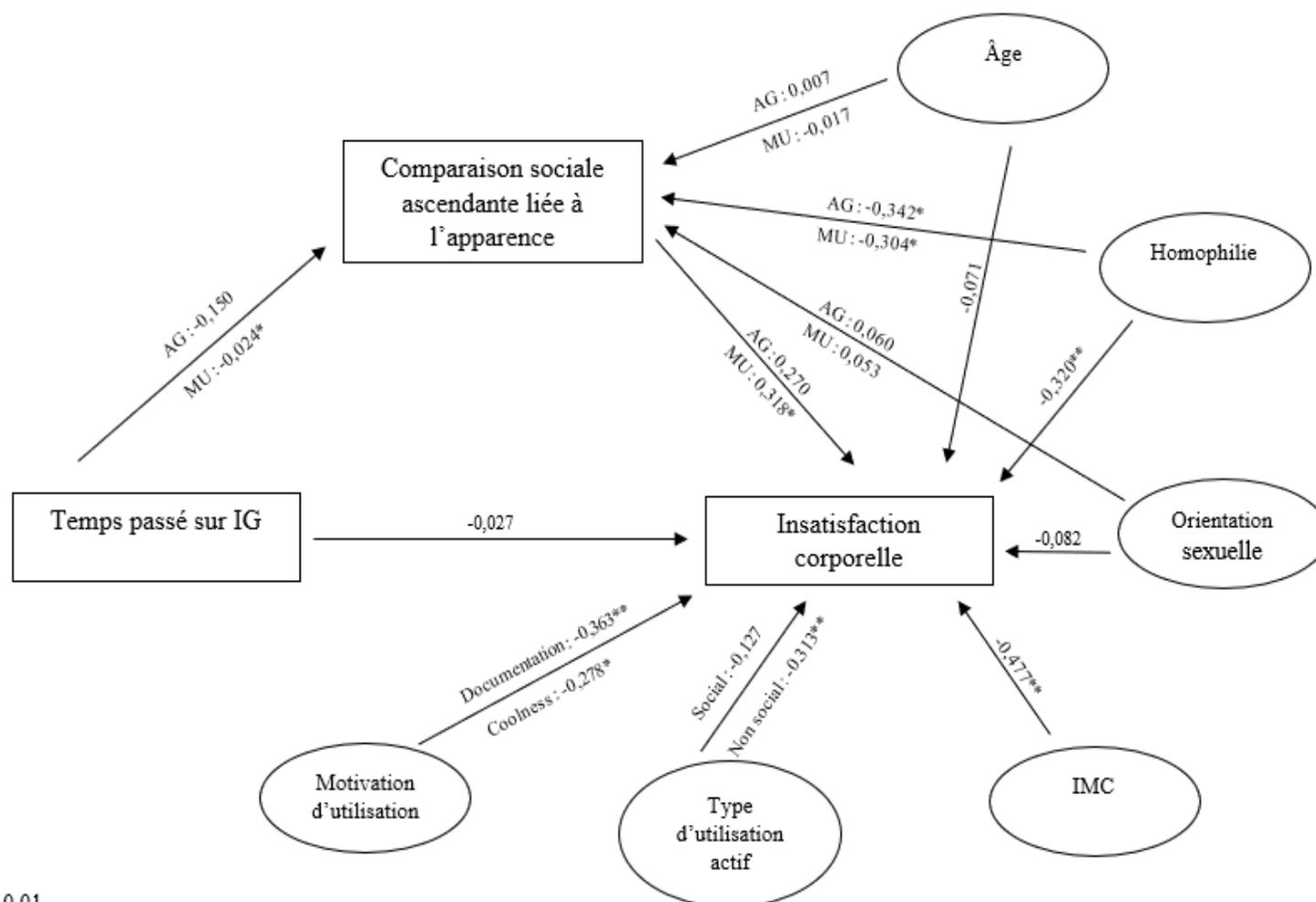
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
1. Âge	1														
2. IMC	0,051	1													
3. Temps sur IG	-0,228	-0,056	1												
4. Homophilie	-0,116	-0,312**	0,105	1											
5. Surveillance	-0,161	-0,178	0,361**	0,412**	1										
6. Documentation	-0,084	-0,239*	0,340**	0,291**	0,553**	1									
7. <u>Coolness</u>	-0,148	-0,308**	0,206	0,138	0,350**	0,593**	1								
8. Créativité	-0,216	-0,218	0,370**	0,118	0,215	0,435**	0,488**	1							
9. <u>Actif_social</u>	-0,109	-0,214	0,416**	0,298**	0,517**	0,524**	0,399**	0,499**	1						
10. <u>Actif_NS</u>	-0,055	-0,264*	0,357**	0,397**	0,466**	0,535**	0,493**	0,316**	0,564**	1					
11. Passif	-0,082	0,091	0,315**	0,299**	0,449**	0,272*	0,184	0,117	0,152	0,257*	1				
12. <u>Insatisf Corp</u>	-0,071	0,477**	-0,027	-0,320**	-0,175	-0,363**	-0,278*	-0,148	-0,127	-0,313**	-0,093	1			
13. <u>Orient_sex</u>	-0,022	-0,381**	-0,014	0,146	0,193	0,202	0,340**	0,084	0,197	0,192	-0,013	-0,082	1		
14. <u>Comp_AG</u>	0,007	0,092	-0,150	-0,342*	0,015	-0,104	0,181	0,145	-0,102	-0,125	0,154	0,270	0,060	1	
15. <u>Comp_MU</u>	-0,017	-0,151	-0,024	-0,304*	-0,037	-0,193	-0,044	0,114	-0,091	-0,209	0,102	0,318*	0,053	0,920**	1

Note : * p < 0,05, ** p < 0,01

Note : Temps sur IG = Temps passé sur Instagram, Actif_NS = Type d'utilisation d'IG Actif_NS, Insatisf Corp = Insatisfaction corporelle, Orient_sex = Orientation sexuelle, Comp_AG = Comparaison ascendante liée à l'apparence générale, Comp_MU = Comparaison ascendante liée à l'apparence musculaire

Annexe D - Figure 1

Figure 1 – Modèle de médiation



Note : * p < 0,05, ** p < 0,01

Note : AG = Comparaison ascendante liée à l'apparence générale, MU = Comparaison ascendante liée à l'apparence musculaire