

“Usage des réseaux sociaux et ses effets sur les comportements alimentaires et l’image de soi”

Umbrella Review

Travail de Bachelor

Célia JACCARD

N° matricule : 21633441

Laetitia STOCCO

N° matricule : 21633060

Directeur/Directrice : Dr. Isabelle Carrard - Professeure HES associée

Membre(s) du jury : Carole Muggler - Diététicienne HES

Juillet, 2024

Filière Nutrition et diététique
Haute école de santé de Genève

Déclaration

Ce travail de Bachelor a été réalisé en vue de l'obtention du titre de *Bachelor of Science HES-SO en Nutrition et diététique*. L'utilisation des conclusions et recommandations formulées dans ce travail, sans préjuger de leur valeur, n'engage ni la responsabilité des auteurs, ni celle du directeur ou de la directrice du travail de Bachelor, du jury et de la HEdS-GE.

Nous attestons avoir réalisé seuls/seules le présent travail sans avoir plagié ou utilisé des sources autres que celles citées dans la bibliographie. Les formes d'Intelligence Artificielle utilisées sont mentionnées dans le travail.

Fait à Genève, le 31.07.2024

Célia JACCARD

Laetitia STOCCO

Remerciements

Nous remercions notre directrice de Travail de Bachelor, Dr. Isabelle Carrard, pour son accompagnement, ses conseils et sa bienveillance durant cette aventure riche en apprentissage et expérience.

Nous remercions Monsieur Jean-David Sandoz, bibliothécaire au centre de documentation du site des Caroubiers pour nous avoir partagé ses connaissances lors de la recherche de documentation notamment sur PsycInfo.

Nous remercions nos proches pour leur soutien durant cette période.

Résumé

Introduction : Depuis les années 2000, notre quotidien a été bouleversé par la digitalisation. Cela a modifié notre manière de communiquer, de se divertir, de s'informer mais aussi de consommer et de se percevoir. Il y a une forte consommation du contenu alimentaire et comportemental sur les réseaux sociaux. Ainsi, cette forte présence médiatique ne peut pas être sans conséquence sur notre vie. D'autre part, l'Organisation mondiale de la santé recense pas moins de 14 millions de personnes touchées par des troubles du comportement alimentaire dans le monde, en 2019. L'insatisfaction corporelle, la comparaison sociale et la faible estime de soi amènent à des régimes et des restrictions alimentaires, qui sont une porte d'entrée à des comportements alimentaires problématiques et une relation compliquée avec l'alimentation.

Objectif(s) : Cette revue parapluie quasi-systématique a pour objectif de s'intéresser à l'association entre l'utilisation des réseaux sociaux comme Instagram, Facebook et d'autres, avec le comportement alimentaire problématique comme une restriction alimentaire allant jusqu'aux troubles du comportement alimentaire, mais aussi avec la relation au corps, l'estime de soi, l'insatisfaction corporelle chez les utilisateurs des réseaux sociaux. Le but est de comprendre comment les réseaux sociaux influencent le comportement alimentaire et/ou la relation au corps, quelles en sont les répercussions et comment agir en prévention à l'avenir.

Méthode : Les bases de données PubMed et PsycInfo ont été utilisées afin de rédiger notre revue quasi-systématique de type parapluie. Grâce à une liste de mots clés, nous avons pu répertorier des articles, qui ont ensuite été triés par le titre et leur abstract, ensuite un deuxième tri a été effectué grâce à la lecture complète des articles et des critères d'inclusions et d'exclusions. Nous avons ensuite enregistré les articles sélectionnés dans un tableau afin de récolter les données principales et de recueillir les informations principales. La qualité des articles a été évaluée avec la grille spécifique de Joanna Briggs Institute (JBI).

Résultats : Neuf études ont été incluses. Trois ont relevé une association entre l'utilisation problématique d'Internet, les troubles du comportement alimentaire et les comportements alimentaires problématiques. L'utilisation excessive des réseaux sociaux est liée à un risque de développer des troubles du comportement alimentaire. Cette utilisation conduit à une comparaison sociale accrue et favorise une image corporelle négative, ce qui peut mener au développement de troubles du comportement alimentaire. Deux ont relevé que les influenceurs sur les réseaux sociaux ont un impact négatif sur la perception corporelle des utilisateurs. Ils exacerbent la comparaison sociale et accentuent l'insatisfaction corporelle. L'exposition à des contenus de "fitspiration" intensifie cette comparaison sociale et engendre une humeur négative. Quatre études ont relevé un lien significatif entre l'utilisation des réseaux sociaux et l'insatisfaction corporelle. L'engagement sur les réseaux sociaux peut mener à une comparaison accrue avec des personnes perçues comme plus attrayantes. Les publications mettant en avant le corps sont liées à une insatisfaction corporelle accrue et à un désir de minceur. Certains types de contenus alimentaires sur les réseaux sociaux sont positivement liés à des attitudes et comportements alimentaires problématiques.

Conclusion : Une corrélation significative entre l'exposition aux réseaux sociaux et une image corporelle négative, due aux idéaux de beauté irréalistes et à la comparaison sociale, sont à l'origine des comportements alimentaires problématiques. La revue souligne l'importance de stratégies pour réduire les effets négatifs des médias sociaux et encourager une image corporelle positive et des comportements alimentaires sains. Les futures recherches devraient explorer des interventions efficaces pour atténuer ces influences négatives.

Mots-clés : Réseaux sociaux ; Internet ; Comportement alimentaire; Troubles du comportement alimentaire; Insatisfaction corporelle; Estime de soi; Comparaison sociale

Liste des abréviations

AM	Anorexie mentale
B	Boulimie
BED	Binge - eating disorder
BESAA	Échelle d'Estime Corporelle pour Adolescents et Adultes
BSQ	Body Shape Questionnaire
CIAS	Chen Internet Addiction Scale
CIUS	Compulsive Internet Use Scale
DEBQ	Dutch Eating Behaviour Questionnaire
DM	Direct message
DSM-5	Manuel diagnostique + statistique des troubles mentaux 5
EAT-26	Eating Attitude Test-26
EDEQ	Eating Disorder Examination-Questionnaire
EDI-1	Eating Disorder Inventory-1
GPIUS	Generalized Problematic Internet Use Scale
IAT	Internet addiction test
IMC	Indice de masse corporelle
JB	Institut Joanna Briggs
MA	Méta-analyse
OMS	Organisation mondiale de la santé
PIUQ	Problematic Internet Use Questionnaire
RS	Revue systématique
SATAQ-4	Questionnaire d'Attitudes Socioculturelles envers l'Apparence-4
SNC	Système nerveux central
SR	Scoping review
TCA	Troubles du comportement alimentaire

HEdS-GE Haute école de santé Genève

Table des matières

1. Introduction	1
2. Cadre de référence	2
2.1. Les réseaux sociaux	2
2.1.1. Définitions.....	2
2.1.2. Utilisation des réseaux sociaux	3
2.2. Les comportements alimentaires	4
2.2.1 Définition	4
2.2.2. Troubles du comportement alimentaire	5
2.2.3. Comportements alimentaires problématiques	6
2.2.3.1. Préoccupation alimentaire	7
2.2.3.2. Régime et restriction alimentaire	7
2.3. Image corporelle	8
2.3.1 Définition	8
2.3.2. Insatisfaction corporelle et estime de soi	8
2.3.3. Fitspiration, thinspiration, et body positivity	8
2.4. Modèle théorique.....	9
2.4.1. Mécanisme d'internalisation des idéaux de beauté et de comparaison sociale :.....	10
3. Buts et Objectifs	11
4. Question de recherche	11
5. Méthode	11
5.1 Design.....	11
5.2. Méthodes de sélection	12
5.2.1. Identification des études.....	12
5.2.2. Equations de recherche	13
5.2.3. Critères d'inclusion et d'exclusion	14
5.3. Sélection des articles	15
5.4. Évaluation de la qualité.....	17
5.5. Extraction des données	17
5.6. Synthèse et présentation des résultats.....	17
6. Résultats.....	18
6.1. Caractéristiques des revues sélectionnées.....	18
6.2. Qualité des revues sélectionnées	22
6.3. Synthèse des résultats par thème :	22
6.3.1. Comportements alimentaires problématiques.....	22
6.3.2. Influenceurs	24
6.3.3. Image corporelle et comportement alimentaire.....	25
7. Discussion.....	29
7.1. Rappel du but de la revue et des résultats saillants.....	29
7.2. Explication des résultats principaux et liens avec le modèle socioculturel d'influence tripartite.....	29
7.3. Limites et forces de notre revue parapluie	31
7.4. Perspective pour la recherche	32
7.5. Implication pour la pratique	33

8. Conclusion	35
9. Références.....	36
10. Annexes	40
Annexe 1 : Protocole.....	40
Annexe 2: JBI Critical appraisal checklist	55
Annexe 3 : Tableau récapitulatif des revues systématiques.....	56
Annexe 4: Poster	57

Liste des tableaux

Tableau 1 : Mots clés en français et anglais et Mesh Term	p. 12
Tableau 2 : Critères d'inclusion	p. 14
Tableau 3 : Critères d'exclusion	p. 14
Tableau 4 : Caractéristiques des revues sélectionnées	p. 18
Tableau 5 : Evaluation de la qualité JBI	p. 22
Tableau 6 : Résumé des résultats - Comportements alimentaires problématiques	p. 24
Tableau 7 : Résumé des résultats - Influenceurs	p. 25
Tableau 8 : Résumé des résultats - Image corporelle	p. 28

Liste des figures

Figure 1.

p. 10

Figure 2.

p. 16

1. Introduction

Depuis les années 2000, notre quotidien a été bouleversé par la digitalisation. Cela a modifié notre manière de communiquer, de se divertir, de s'informer mais aussi de consommer (1).

En juin 2024, 528 millions de posts contenaient le #food sur Instagram. Sur Tiktok, le #food a comptabilisé pas moins de 675 milliards de vues, à la même période de l'année. Le constat est clair, il y a une forte consommation du contenu alimentaire sur les réseaux sociaux (2,3).

Ainsi, cette forte présence médiatique ne peut pas être sans conséquences sur notre quotidien, nos habitudes, notre manière de nous nourrir, d'appréhender l'alimentation, de dresser nos assiettes ou encore sur notre reflet dans le miroir et notre estime de soi.

D'autre part, l'Organisation mondiale de la santé recense pas moins de 14 millions de personnes touchées par des troubles du comportement alimentaire dans le monde, en 2019. En Suisse, l'Office fédéral de la santé publique recense 3,5% de personnes domiciliées en Suisse, souffrant d'un trouble du comportement alimentaire durant leur vie. Par ailleurs, l'utilisation des réseaux sociaux peut conduire à une forte comparaison sociale ou idéalisation du corps pouvant amener à une insatisfaction corporelle. Cette insatisfaction peut conduire à des comportements alimentaires problématiques, qui sont une porte d'entrée aux troubles du comportement alimentaire (4,5).

Ces réflexions et observations nous ont amené à nous intéresser plus précisément à cette thématique. Au vu de la place de l'alimentation sur les réseaux sociaux, il est primordial en tant que diététicien-ne-s de se sensibiliser et d'être conscient de son impact. Ainsi, cette revue s'est intéressée à l'association entre l'utilisation des réseaux sociaux, les comportements alimentaires et l'image corporelle.

2. Cadre de référence

2.1. Les réseaux sociaux

2.1.1. Définitions

Les réseaux sociaux possèdent un vocabulaire singulier. De nombreux termes spécifiques sont couramment employés sur les médias sociaux lors de leur utilisation. Ainsi, il est essentiel de les définir afin d'avoir une compréhension optimale des termes utilisés.

Abonnement : Les abonnements regroupent les comptes dont l'utilisateur est abonné, ce sont donc les comptes qui vont apparaître dans leur fil d'actualité. Les utilisateurs choisissent à qu'ils sont abonnés afin d'avoir plus facilement accès aux contenus de l'individu. Ils deviennent donc des abonnés (6).

Abonné, Amis : Le terme "abonné", traduit de l'anglais "follower" permet de suivre des comptes privés et publics afin d'avoir accès aux publications de la personne en question (concept de l'abonnement cité au-dessus). Les abonnés ont ainsi facilement accès aux publications du compte qui vont apparaître dans leur fil d'actualité. Les créateurs de contenu sont répertoriés par leur nombre d'abonnés, plus il est grand, plus leur puissance sur le réseau est importante. Le terme "Amis" est spécifique à Facebook, c'est une connexion entre deux personnes afin de pouvoir voir les publications de l'un et de l'autre (6).

Algorithme : Généré par un ordinateur, l'algorithme permet de détecter grâce aux interactions et différents procédés secrets, les centres d'intérêt de l'utilisateur et de lui proposer ainsi des comptes, du contenu et de la publicité personnalisés. Chaque réseau social a un algorithme propre à lui dont leurs fonctionnalités restent confidentielles (6).

Commentaire : Les commentaires sont des réactions écrites face à une publication sur les réseaux sociaux (6).

Communauté : Une communauté sur les réseaux sociaux est un groupe de personnes qui partage un intérêt commun ou qui suivent une personne de manière quotidienne et assidue sur les réseaux sociaux. Les influenceurs créent une communauté autour d'eux-mêmes et de leurs contenus afin de créer un lien de confiance et d'obtenir un soutien sur du long terme (6).

Fil d'actualité : Le fil d'actualité est un espace où l'utilisateur peut avoir accès aux publications, aux stories, aux commentaires et réactions des comptes dont il est abonné (6).

Hashtag : Un hashtag est un mot-clé ou une phrase précédée du symbole dièse (#) qui décrit la thématique d'une publication. En utilisant un hashtag, la publication devient accessible à toutes les personnes recherchant ce terme. L'algorithme des réseaux sociaux peut également proposer cette publication à des utilisateurs intéressés par ce mot-clé. Les hashtags permettent de regrouper les publications liées à un même sujet, facilitant ainsi leur recherche rapide et efficace sur les plateformes sociales. Sur le réseau "X", un hashtag peut être en tendance nationale et internationale, c'est-à-dire qu'il est très populaire dans les dernières 10 minutes à 24 heures dans ce pays ou dans le monde (6).

Influenceur : Les influenceurs, également appelés créateurs de contenu, sont des individus qui partagent du contenu sur les réseaux sociaux et possèdent un nombre significatif d'abonnés. Grâce à ce suivi, ils exercent une influence sur leur communauté, en créant des liens de confiance et d'intimité avec leurs abonnés. Les influenceurs impactent les comportements de leurs abonnés, notamment en termes de manière de vivre, mais aussi en termes de santé. Les créateurs de contenu peuvent être des anonymes mais sont aussi des

célébrités qui se sont fait connaître non pas à travers les réseaux sociaux, mais grâce à la musique, l'acting, le sport ou encore la télévision. Ces personnes, elles-aussi, peuvent avoir une communauté et être influentes sur les réseaux sociaux.

A travers la croissance des réseaux sociaux, le marketing d'influence a éclos. Les marques travaillent avec les influenceurs comme des figures de publicité sur les réseaux sociaux. En effet, contre une rémunération, une invitation à un événement ou des produits gratuits, les influenceurs vont promouvoir la marque sur leur compte afin de la promouvoir à leur communauté. Très peu légiférée, cette pratique peut être dangereuse dû à des fraudes, des faux conseils et des fausses informations diffusées à des milliers, voire millions de personnes (6,8,9).

J'aime : Venant du mot "like" en anglais, le "j'aime" est une réaction par un utilisateur à un contenu qu'il apprécie. Sous forme de pouce ou de cœur, l'algorithme utilise cette mention afin de proposer à l'utilisateur le même genre de contenu aimé (6).

Les réseaux sociaux : Les réseaux sociaux, aussi appelés médias sociaux, sont définis comme des activités, des pratiques et des comportements de communautés de personnes, qui se réunissent en ligne afin de partager des informations, des connaissances et des opinions. Nous les utilisons via des sites internet et des applications, qui permettent de partager facilement et rapidement du contenu sous forme de photographies, de vidéos, d'audios ou encore de textes avec des personnes dans le monde entier. Certains réseaux sociaux se spécialisent : certains sont orientés vers le domaine professionnel, d'autres vers le partage de citations, ou encore vers la diffusion de vidéos courtes sur diverses thématiques. Les réseaux sociaux ont révolutionné la manière dont le monde interagit et communique (7).

Notification : Une notification est une alerte émise afin d'indiquer de nouvelles activités sur les réseaux sociaux. Une notification peut être sous forme de petite pastille rouge sur l'application et sous forme d'alerte en direct sur le smartphone, l'ordinateur ou encore la tablette (6).

Pseudonyme : Plus connu sous son acronyme "pseudo", cela correspond au nom d'utilisateur sur le réseau social. Grâce aux pseudonymes, les utilisateurs peuvent identifier des personnes sur le réseau social. Certains médias sociaux n'utilisent pas les pseudonymes, comme Facebook, mais le nom et prénom de l'individu (6).

2.1.2. Utilisation des réseaux sociaux

Depuis plusieurs années, l'utilisation des réseaux sociaux ne cesse de croître. En 2023, 5,3 milliards de personnes sont connectées à internet contre 4,9 milliards en 2022. Les réseaux sociaux comptent 4.95 millions d'utilisateurs dans le monde, ce qui correspond à 60% de la population mondiale (1,6).

Dans le monde, environ 2 heures et 28 minutes sont consacrées par jour et par personne à l'utilisation des réseaux sociaux. Début 2023, 27,8 % des utilisateurs d'Instagram étaient des femmes âgées entre 18 et 34 ans et 33,3 % des hommes de la même tranche d'âge. Ils représentent pour chacun des deux genres, la tranche d'âge la plus présente sur le réseau. La tranche d'âge la moins présente est les personnes de 65 ans et plus avec 2,6% de présence. Les adolescents de 13 à 17 ans représentent 8% des utilisateurs des réseaux sociaux en janvier 2023 (10,11).

Facebook, Youtube, Instagram, Tiktok et X, anciennement Twitter sont les applications les plus utilisées à travers le monde (12).

Facebook a été créé en 2004 au sein de l'Université de Harvard par Marc Zuckerberg et a été accessible à tous en 2006. De nos jours, Facebook est le réseau social le plus utilisé dans le monde. A travers un fil d'actualité, les utilisateurs peuvent partager, discuter avec des

personnes dites “amis”. Il existe des comptes personnels et professionnels où chacun peut publier des images, des vidéos ou du texte, les amis peuvent interagir avec ce contenu en aimant, en commentant ou en partageant la publication. Cette action va ensuite s’afficher sur leur profil et donc dans le fil d’actualité de leurs amis, cette fois. Cela permet de tisser une toile entre tous les utilisateurs et donc une connexion au-delà des frontières physiques. Facebook permet aussi de créer des groupes, où des personnes se réunissent pour partager autour d’une thématique spécifique (12,13,14).

En 2005, Youtube a été créé par des américains. Ce réseau social est spécifique au partage de vidéos, le contenu peut être dit “short”, c’est-à-dire durer quelques secondes à un contenu pouvant durer plusieurs heures. Les utilisateurs ont la possibilité de filmer, monter et publier leurs vidéos sur la plateforme et partager au monde entier. Youtube permet de trouver des vidéos de plusieurs genres, comme sur des sujets éducatifs par exemple pour apprendre des langues, plutôt divertissantes sur des jeux vidéo, des conseils beauté et bien d’autres thématiques (15).

En 2010, Instagram a débuté son réseau social uniquement sur du partage d’images que les utilisateurs pouvaient éditer et filtrer. Il a ensuite ouvert son champ avec la possibilité de partager des vidéos nommées Instagram TV, qui sont des vidéos verticales pouvant durer jusqu’à 60 minutes et qui ne disparaissent pas, ou encore des “Reels” qui sont des vidéos permanentes entre 10 et 90 secondes maximum. Il est possible de partager des “story” qui sont des vidéos ou images pouvant être visionnées durant 24 heures d’une durée de 15 secondes maximum. Instagram donne la possibilité d’avoir des discussions privées, nommées DM pour Direct messages et d’envoyer des publications de manière privée à ses amis afin de partager ce qu’ils voient sur leur fil d’actualité. Instagram est une des plateformes les plus influentes des dernières années (2).

Tiktok a été créé par une société chinoise, cette application permet la création et le partage de vidéos de courte durée avec un fond sonore. Elle a été l’application la plus téléchargée dans le monde en 2022 (3).

“X”, anciennement appelé Twitter, a été créé en 2006 aux Etats Unis, ce réseau de microblogging permet de partager des messages courts et brefs sur différents sujets. Très populaire dans le milieu politique, toutes sortes de contenu sont disponibles sur ce réseau social. (16)

2.2. Les comportements alimentaires

2.2.1 Définition

Afin de définir le comportement alimentaire, nous allons pouvoir diviser le terme en deux parties. Tout d’abord le terme “comportement” se définit, selon le Larousse, comme tel : “manière d’être, d’agir ou de réagir des êtres humains, d’un groupe, des animaux” (17). Pour le deuxième terme “alimentaire” le Robert le définit comme : “Tout ce qui est relatif à l’alimentation” (18). De manière générale, nous pouvons donc dire que le comportement alimentaire met en lien la consommation des aliments avec toutes les conduites qu’un individu peut adopter face à celles-ci (19).

De manière générale, nous pouvons donc dire que le comportement alimentaire met en lien la consommation des aliments avec toutes les conduites qu’un individu peut adopter face à celle-ci (19).

Différentes dimensions font parties du comportement alimentaire :

- Besoins biologiques, énergétiques et nutritionnels
- Hédonique (plaisir) : affective et émotionnelle

- Symbolique : psychologique, relationnel et culturel

L'ensemble de ces dimensions permet d'entretenir un bien-être physique, psychologique et social (20). De ce fait, elles influencent le comportement alimentaire, et ce dans l'entièreté de la population (20).

En effet, une partie de la régulation de la prise alimentaire se fait par le biais du système nerveux central (SNC) qui va gérer les différents signaux hormonaux tels que la faim et la satiété à l'aide des hormones suivantes : leptine, ghréline et insuline. Cependant, un autre système participe à la régulation de la prise alimentaire : le système mésolimbique dopaminergique, aussi appelé système de récompense du cerveau. C'est dans ce dernier que se produisent tous les aspects hédoniques en lien avec l'alimentation (21). Lors de la consommation d'aliments agréables au goût, une libération de dopamine aura lieu (22). De ce fait, le mécanisme de prise alimentaire va engendrer deux impacts sur les émotions : cela va permettre de la gérer (calmer, contrôler l'émotion) ou alors d'en générer (apporter du plaisir lorsque tout va mal) (20). L'impact de l'alimentation sur les émotions n'est pas négligeable. En effet, l'alimentation peut devenir, pour certaines personnes, un réconfort et le fait de manger peut devenir un mécanisme de protection ou de compensation. De ce fait, certaines personnes vont utiliser la nourriture afin de fuir ou de changer certaines émotions qu'elles peuvent ressentir. Ainsi, cela peut engendrer ce qu'on appelle un trouble des conduites alimentaires, aussi appelé trouble du comportement alimentaire (TCA), qui peut être, ou non, associé à ce système hédonique. De plus, un lien a été établi entre la présence de TCA, et particulièrement les accès hyperphagiques, la boulimie, et la restriction alimentaire. En effet, pour les personnes se trouvant en restriction cognitive, l'alimentation serait une façon d'échapper à la conscience de soi, ce qui engendrerait les TCA mentionnés plus haut. Les personnes en restriction cognitive seraient plus sensibles aux facteurs extérieurs, sociaux et émotionnels, ce qui explique les compensations qui peuvent être créées avec l'alimentation (23).

Une autre voie, concernant les TCA, serait en lien avec l'insatisfaction de son image corporelle. En effet, l'insatisfaction corporelle engendre, dans la majorité du temps, une volonté de perte de poids, via une restriction alimentaire, particulièrement chez les femmes. Cependant, le fait de se restreindre et/ou de suivre un régime particulier peut créer des pensées négatives, liées à des échecs de perte de poids et des difficultés à suivre le régime mis en place. Il a été démontré que de faire des régimes de restriction pouvaient engendrer des risques de TCA associés à cette insatisfaction corporelle et le désir de "corps parfait" (24).

2.2.2. Troubles du comportement alimentaire

Selon l'Organisation mondiale de la santé (OMS), les TCA touchent 14 millions de personnes en 2019 (25). En Suisse, l'Office fédéral de la santé publique recense 3,5% de personnes domiciliées en Suisse, souffrant d'un trouble du comportement alimentaire durant leur vie (26). De plus, nous pouvons constater que les TCA touchent plus fréquemment les femmes que les hommes. En effet, en Suisse, l'anorexie mentale touche 1.2% des femmes contre 0.2% des hommes, la boulimie 2.4% des femmes contre 0.9% des hommes et les accès hyperphagiques touchent 2.4% des femmes contre 0.7% des hommes (26).

Selon le manuel diagnostique et statistique des troubles mentaux 5 (DSM-5) (27): les TCA et de l'ingestion d'aliments se définissent par: "des perturbations persistantes de l'alimentation ou du comportement alimentaire entraînant un mode de consommation pathologique ou une absorption de nourriture délétère pour la santé physique ou le fonctionnement social." Le DSM-5 distingue trois troubles alimentaires : anorexie mentale (AM), boulimie (B) et les accès hyperphagiques (BED pour "binge-eating disorder" en anglais).

L'anorexie mentale est caractérisée par trois critères (27):

- Une restriction prolongée des apports énergétiques

- Une peur intense de prendre du poids ou de devenir gros ou un comportement persistant interférant avec la prise de poids
- Par une altération de la perception du poids ou de la forme de son propre corps.

Il existe 2 types d'anorexie mentale, le type restrictif et le type avec accès hyperphagiques / purgatifs. La sévérité est graduée par la mesure de l'indice de masse corporelle (IMC) (27) :

- Léger: IMC ≥ 17 kg/m²
- Moyen : IMC 16 -16.99 kg/m²
- Grave: IMC 15 -15.99 kg/m²
- Extrême: IMC < 15 kg/m²

La boulimie, elle, se caractérise par (27):

- La survenue récurrente d'accès hyperphagiques (crises de boulimie, c'est-à-dire manger de grandes quantités de nourriture en un temps restreint, avec un sentiment de perte de contrôle)
- Des comportements compensatoires inappropriés et récurrents visant à prévenir la prise de poids (Vomissements, emploi abusif de laxatifs, diurétiques ou autre médicaments, exercice physique excessif, jeûne)
- La fréquence des accès hyperphagiques et comportements compensatoires : en moyenne au moins une fois par semaine durant trois mois
- L'estime de soi est influencée de manière excessive par le poids et la forme corporelle
- Le trouble ne survient pas exclusivement pendant des épisodes d'anorexie mentale.

Le diagnostic des accès hyperphagiques se caractérise par (27):

- La survenue récurrente d'accès hyperphagiques
- Les accès hyperphagiques sont associés à au moins trois caractéristiques suivantes
 - Manger beaucoup plus rapidement que la normale
 - Manger jusqu'à éprouver une sensation pénible de distension abdominale
 - Manger de grandes quantités de nourriture en l'absence d'une sensation physique de faim
 - Manger seul parce que l'on est gêné de la quantité de nourriture que l'on absorbe
 - Se sentir dégoûté de soi-même, déprimé ou très coupable après avoir mangé
- Les accès hyperphagiques entraînent une détresse marquée
- Les accès hyperphagiques surviennent, en moyenne, au moins une fois par semaine pendant 3 mois
- Les accès hyperphagiques ne sont pas associés au recours régulier à des comportements compensatoires inappropriés comme dans la boulimie et ne surviennent pas exclusivement au cours de la boulimie ou de l'anorexie mentale

Même si ces diagnostics représentent des comportements pathologiques situés à l'extrême d'un continuum, nous sommes tous sujet à avoir un comportement alimentaire plus ou moins adéquat et notre rapport avec l'alimentation et notre corps peut varier au cours de notre vie avec des conséquences pour notre santé physique et psychologique (28).

2.2.3. Comportements alimentaires problématiques

La définition des comportements alimentaires problématiques est très floue et non établie. Dans ce travail, les comportements alimentaires problématiques sont tous les comportements alimentaires non définis dans le DSM-5 (27). De ce fait, nous avons identifié deux comportements alimentaires problématiques que nous allons traiter dans notre travail et voici les définitions ci-dessous.

2.2.3.1. Préoccupation alimentaire

Le premier comportement alimentaire problématique identifié est la préoccupation alimentaire.

Tout d'abord, nous allons définir le terme « préoccupation ». Une préoccupation est définie comme : une idée qui absorbe l'esprit au point de le détourner d'autres centres d'intérêts (29). De ce fait, nous pouvons déduire que la préoccupation alimentaire est une focalisation persistante sur la nourriture, l'alimentation et peut également être reliée au poids. Cette préoccupation peut être associée à des pensées obsessionnelles concernant les choix alimentaires et la peur de prendre du poids (30).

De manière générale, les personnes souffrant de TCA souffrent de préoccupations alimentaires, cependant il est également possible d'avoir des préoccupations alimentaires sans diagnostic de TCA (31).

Une des principales causes de la préoccupation alimentaire est la restriction. En effet, la plupart des régimes favorisent la restriction alimentaire, ce qui engendre dans un deuxième temps une préoccupation (31). Cependant, d'autres manifestations sont typiques chez les personnes ayant une préoccupation alimentaire telles que : pensées obsessionnelles, rituels alimentaires, compensation et évitement. Ces comportements peuvent avoir des conséquences sur la santé physique mais également sur la santé mentale (30).

2.2.3.2. Régime et restriction alimentaire

Un des autres comportements alimentaires identifiés dans ce travail sera la restriction alimentaire, généralement étroitement liée aux régimes. Selon L'internaute (32) un régime alimentaire est catégorisé comme telle : « Façon de s'alimenter et de se nourrir ». Cependant, le Larousse apporte des compléments sur la définition de régime. Il précise qu'un régime qui peut généralement être prescrit (parfois par des médecins, nutritionnistes, coach sportifs) consiste à interdire ou limiter des aliments à des quantités définies pour le patient (33). Ces régimes peuvent être prescrits dans le cadre d'une perte de poids ou lors de pathologies associées (diabète, insuffisance rénale, etc.).

Une restriction alimentaire, quant à elle, consiste à avoir une alimentation très limitée en quantité et/ou un refus de consommer certains aliments (34). Généralement, une restriction alimentaire et donc la mise en place d'un régime peut survenir lorsque la personne est préoccupée par son poids, son corps et/ou sa silhouette. Il existe deux sortes de restrictions alimentaires : elle peut être énergétique ou cognitive (35).

La restriction cognitive consiste à un contrôle de l'alimentation par des croyances, des interdictions et des règles mises en place par la personne. La restriction énergétique, elle, consiste à réduire l'apport calorique afin de contrôler le poids. Ces restrictions alimentaires, peuvent à moyen et long terme, être suivies par des compulsions alimentaires et/ou un développement de TCA (35). Cependant, elle n'est quant à elle pas systématiquement en lien avec une perte ou un maintien du poids.

Concernant l'influence des réseaux sociaux sur le sujet, elle est très importante. En effet, comme évoqué plus haut, les réseaux sociaux augmentent la comparaison sociale et l'insatisfaction corporelle chez les utilisateurs. Cependant, de nombreux influenceurs partagent également des régimes, parfois extrêmes, sur leurs plateformes. De nombreux utilisateurs vont donc généralement faire confiance à ces influenceurs afin de leur ressembler et suivre leurs régimes alimentaires, ce qui peut entraîner des problèmes de santé ou des troubles de comportements alimentaires (36).

2.3. Image corporelle

2.3.1 Définition

L'image corporelle est définie par la perception, les pensées et les sentiments d'un individu face à l'image de son corps (37). L'individu associe des pensées et des sentiments face à son reflet. Quand l'image qu'un individu perçoit de son corps est en adéquation avec ses représentations sur comment il devrait être (pensées), il ressentira plutôt une satisfaction corporelle. A l'inverse, quand il y a un décalage entre ce que l'individu perçoit de son corps et ses représentations sur comment il devrait être, il ressentira de l'insatisfaction corporelle. Quand l'individu ressent qu'il ne correspond pas à l'idéal ou ressent un écart avec ce dernier, cela provoque des pensées et des sentiments négatifs à son encontre et à son corps. Plusieurs variables peuvent influencer cette perception, c'est ainsi que par cette revue nous avons la volonté de comprendre l'impact des réseaux sociaux, en incluant ou non le lien avec le comportement alimentaire (37).

2.3.2. Insatisfaction corporelle et estime de soi

Les variables sociétales et le contenu des médias sont les vecteurs principaux de l'insatisfaction corporelle. En effet, la diffusion des corps idéaux dans les médias peut induire à une comparaison, généralement inéquitable dû à l'utilisation de Photoshop ou d'autres pratiques modifiant l'apparence. L'insatisfaction corporelle et la comparaison peuvent entraîner des comportements alimentaires problématiques, voire des troubles du comportement alimentaire qui peuvent nuire à la santé de l'individu. La santé mentale est également affectée, pouvant conduire à la dépression, à l'anxiété et à une faible estime de soi (38).

Au sein des médias occidentaux, le corps de la femme est représenté et utilisé comme objet, ce qui a été formalisé par la théorie de l'objectivation. Cette théorie relate que les femmes sont représentées comme "objet sexuel" dont la valeur est jugée uniquement sur leurs aspects physiques et non sur leurs compétences. En conséquence, les femmes sont encouragées à "s'auto-objectiver" et à se concentrer principalement sur le contrôle de leur apparence physique, induisant notamment des régimes constants, et qui induit également une faible estime de leur personne et réduit les femmes à un corps. Ce fléau est sociétal et intergénérationnel (38).

Au sein des réseaux sociaux, la diffusion d'images de corps idéaux est quotidienne et illimitée. La comparaison s'intensifie grâce aux nombres de j'aime, de commentaire, de partage d'images ou encore de vidéos que les plateformes proposent. Assurément, les femmes sont fortement affectées par cette comparaison sociale, mais les hommes ne sont pas épargnés. L'estime de soi, qui signifie la valeur que l'individu s'accorde, peut être fortement réduite à cause de cette comparaison constante et le visionnage de corps idéaux (39).

2.3.3. Fitspiration, thinspiration, et body positivity

Les femmes et les hommes sont confrontés à des formes d'insatisfaction corporelle souvent différentes. Les femmes aspirent généralement à atteindre un corps mince, élancé et peu musclé, tandis que les hommes sont souvent attirés par un physique musclé et dessiné. Ces idéaux corporels distincts sont largement influencés par les tendances sur les réseaux sociaux, notamment le Fitspiration et le Thinspiration, qui véhiculent ces images corporelles idéalisées (40).

Le mouvement "Thinspiration" provient de l'anglais et se traduit par "inspiration à être mince". Ce mouvement promeut un corps extrêmement fin et diabolise la prise de poids et l'embonpoint. Thinspiration partage des pratiques dangereuses afin d'atteindre cet idéal

corporel qui peut mener à une amplification de l'insatisfaction corporelle, des émotions négatives et des troubles du comportement alimentaire. Ce mouvement est lié à l'image de la féminité imposée par la société, valorisant une femme mince, élégante et fragile (40).

Le Fitspiration peut être considéré comme le petit frère du Thinspiration, étant apparu quelques années plus tard. Cette expression anglophone signifie "inspiration pour être en forme physique" et représente un idéal corporel caractérisé par un corps musclé, notamment au niveau du haut du corps et de l'abdomen, tout en restant mince. Ce phénomène repose sur un mode de vie perçu comme sain, impliquant une activité physique soutenue et des habitudes alimentaires rigoureuses pour atteindre ou maintenir un corps athlétique (40,41). Les hommes sont plus susceptibles de suivre cette tendance, car elle correspond aux critères de masculinité imposés par la société, valorisant un homme fort, musclé et puissant. Fitspiration, en encourageant un mode de vie vigoureux, renforce ces standards de beauté masculins, souvent au détriment d'une vision équilibrée et diversifiée du corps humain (41). Au sein des médias sociaux, Fitspiration est diffusé par des images de corps sportifs, des vidéos, des conseils de vie et des citations émis par des utilisateurs et des influenceurs. Les influenceurs dans ce domaine veulent promouvoir ce mode de vie en incitant leur communauté à effectuer de l'activité physique et à adopter des habitudes alimentaires saines afin d'atteindre leur corps dit idéal (41). Les réseaux comme Facebook, Instagram ou X diffusent énormément ce type de contenu. Ce comportement et cet idéal se sont grandement propagés notamment grâce aux Hashtags. Le #fitspiration ou encore #fitspo comptent 18.8 millions pour le premier et 72.4 millions publications pour le second sur Instagram en juin 2024. Ainsi, la probabilité pour un utilisateur du réseau de faire face à ce contenu est élevée.

Fitspiration peut être une source de motivation afin d'adopter un quotidien sain et promouvoir un bien-être physique et mental. Cependant, cette pratique peut être problématique en influençant les utilisateurs à des pratiques extrêmes et malsaines pour l'individu sous couvert de santé". Il peut induire une préoccupation extrême pour son apparence physique et développer une insatisfaction corporelle. De plus, 25% des adhérents à ce contenu se disent insatisfaits quand ils se comparent physiquement à des images d'autres personnes (2,3,14,39).

A l'inverse, le mouvement Body positive s'est étendu sur les réseaux sociaux. Ce mouvement promeut l'acceptation de son apparence physique, l'acceptation de tous les corps, et la promotion d'une image corporelle positive. Il déconstruit les idéaux véhiculés dans la société en matière d'apparence. L'hashtag body positive répertorie 19,4 millions de publications sur Instagram en juin 2024. Le contenu principal de ce mouvement est basé sur le partage d'images et de messages promouvant tous les types de corps, indépendamment de leur taille, leur forme, leur couleur ou leur âge. Body positive recherche à lutter contre la discrimination et les standards de beauté. L'objectif est d'accéder à un bien-être mental et physique, une acceptation de soi et une élévation de l'estime de soi (40).

2.4. Modèle théorique

Afin de mettre en lien toutes nos thématiques, nous avons décidé d'expliquer cela à l'aide du modèle théorique suivant exposé par Thomson et al. en 1999, appelé modèle socioculturel d'influence tripartite.

Ce modèle met en évidence les influences socioculturelles spécifiques sur l'image corporelle et les comportements alimentaires. Il se concentre sur trois sources principales d'influence : les parents, les pairs et les médias. Ces trois sources peuvent conduire à la comparaison sociale et à l'intériorisation, qui vont ensuite conduire à l'insatisfaction corporelle et les deux types de troubles du comportement alimentaire, restrictif ou compulsif (42).

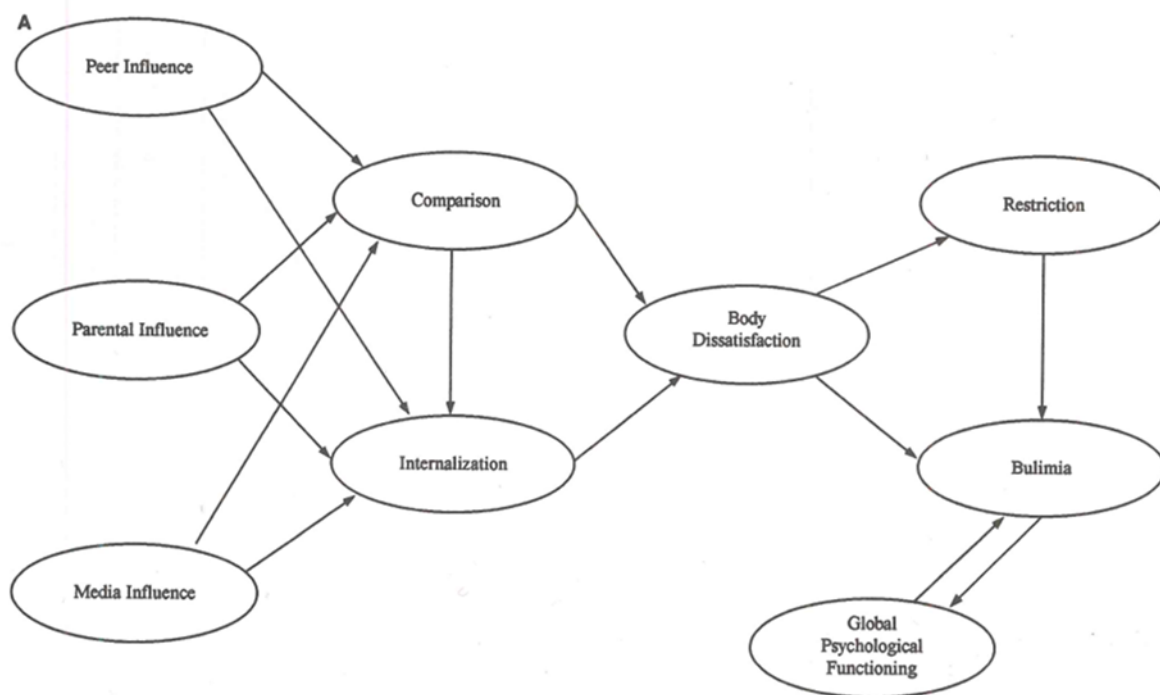


Figure 1. Modèle socioculturel d'influence tripartite (42)

2.4.1. Mécanisme d'internalisation des idéaux de beauté et de comparaison sociale :

L'internalisation des idéaux de beauté se réfère au processus par lequel les individus adoptent les standards de beauté véhiculés par la société comme leurs propres critères personnels. Ce mécanisme peut être décomposé en plusieurs étapes :

1. Exposition aux idéaux de beauté : via les médias par la diffusion des images de corps idéalisés, souvent retouchés et qui montrent des standards de beauté spécifiques. Ou par les parents et les pairs en fonction de commentaires reçus, attitudes et comportements des parents et des pairs.
2. Identification et acceptation : les personnes vont reconnaître ces idéaux comme standards de la société et vont les accepter et les considérer comme des objectifs personnels à atteindre.
3. Intégration et régulation : les idéaux de beauté sont intégrés dans le système de valeurs personnelles de la personne influençant la manière dont elle va évaluer son propre corps et va par la suite réguler son comportement en fonction de ces idéaux.

La comparaison sociale est le processus par lequel les individus comparent leurs performances, mais aussi leur propre apparence physique à celle des autres. Les mécanismes d'exposition et d'observation sont les mêmes que pour les idéaux de beauté. Ensuite, deux types de comparaison sont identifiés :

- Comparaison ascendante : la personne va se comparer à d'autres personnes perçues comme plus attrayantes ou plus conformes aux idéaux de beauté. Cela peut donc engendrer une insatisfaction corporelle.
- Comparaison descendante : la personne se compare à d'autres personnes perçues comme moins attrayantes. Cela peut améliorer l'estime de soi, mais n'a pas d'effet durable sur l'image corporelle.

Ces deux mécanismes ont donc des impacts sur l'image corporelle et les comportements alimentaires, comme nous pouvons le voir dans le modèle d'influence tripartite de Thompson et al. (ref). En effet, la combinaison d'une internalisation élevée des idéaux de beauté et de comparaison sociale ascendante conduit souvent à une insatisfaction corporelle. De plus, pour essayer d'atteindre ces idéaux, les personnes peuvent adopter des comportements alimentaires problématiques, comme des régimes extrêmes ou des troubles alimentaires comme l'anorexie et la boulimie (42, 43, 44).

Ce modèle ayant été établi à la fin des années '90, les réseaux sociaux n'y sont pas abordés. Cependant, nous pouvons facilement les placer dans la case des « médias » actuellement, ce qui permet donc de faire de nombreux liens dans notre thématique, entre l'utilisation des réseaux sociaux, les troubles du comportement alimentaire et l'image corporelle.

3. Buts et Objectifs

A travers cette revue de type parapluie, nous nous pencherons sur l'association entre l'utilisation des réseaux sociaux, le comportement alimentaire et la relation au corps. L'objectif est de comprendre comment les réseaux sociaux peuvent influencer le comportement alimentaire des utilisateurs et quelles en sont les répercussions sur l'image corporelle des individus et la relation qu'ils ont avec leur corps. Le but final sera d'explorer le lien entre ces trois grandes thématiques et de mettre en lumière comment les réseaux sociaux peuvent impacter l'intimité et d'établir des recommandations pour la pratique professionnelle des diététicien-ne-s.

Afin d'atteindre ce but, les objectifs suivants ont été définis :

- Sélectionner les articles les plus pertinents de la littérature scientifique comprenant uniquement les revues systématiques, les méta-analyses et les scoping reviews, sur la base de mots-clés et de critères d'inclusion/exclusion.
- Extraction des données des articles sélectionnés.
- Analyser la qualité des articles sélectionnés.
- Synthétiser et analyser les données afin de comparer les différents résultats.
- Interpréter les résultats tout en identifiant les limites des études
- Définir des implications pour la pratique des diététicien-ne-s

4. Question de recherche

“ Quelle est l'association entre l'utilisation des réseaux sociaux, le comportement alimentaire et la relation au corps chez les utilisateurs des réseaux sociaux ?”

Sous forme PEO: Population, exposition, outcome

P: Chez les utilisateurs des réseaux sociaux

E: Utilisation des réseaux sociaux

O: Comportement alimentaire et relation au corps

5. Méthode

5.1 Design

Dans cette étude, nous avons effectué une revue de type "Umbrella", également connue sous le nom de revue parapluie en français. Ce design consiste en une synthèse des revues systématiques et des méta-analyses existantes sur un sujet donné. Notre objectif était de collecter les résultats et les données des articles qui répondaient à nos critères de sélection,

de les analyser et d'en extraire les informations les plus actuelles pour synthétiser ces connaissances et répondre à notre question de recherche.

Le choix de ce design a semblé pertinent lors des premières recherches, car nous avons constaté qu'un grand nombre de revues systématiques existaient au sujet de notre thématique, cependant elles ne traitaient qu'une partie des variables et avec des angles différents. Grâce à cette revue parapluie, nous allons pouvoir rassembler un grand nombre de données afin de les synthétiser dans un même document.

5.2. Méthodes de sélection

5.2.1. Identification des études

Afin de récolter les études pertinentes pour le travail, nous avons sélectionné deux bases de données, PubMed et PsycInfo. Pubmed nous permet de chercher un grand nombre de sources dans les domaines scientifique et médical alors que PsycInfo se concentre spécifiquement sur la dimension psychologique, ce qui s'avère pertinent dans le cadre de notre travail portant sur les comportements alimentaires et l'image corporelle.

Ensuite, nous avons relevé des mots-clés correspondants aux thématiques principales de notre travail, qui sont les suivantes: les réseaux sociaux, le comportement alimentaire et l'image corporelle. A la suite, le tableau 1 englobant les mots clés ainsi que leur traduction en anglais et en MeSH Terms :

Tableau 1: Mots clés en français et anglais et Mesh Term

Concepts	Français	Anglais*	Thésaurus HeTOP (Pubmed)	Thésaurus APA (PsycInfo)
Réseaux sociaux	Réseaux sociaux	Social media	Social Network Social Networking	Social media
	Trouble de la dépendance à Internet	Internet addiction disorder	N'existe pas	Internet addiction disorder
	Instagram	Instagram	N'existe pas	N'existe pas
	Facebook	Facebook	N'existe pas	N'existe pas
	Twitter	Twitter	N'existe pas	N'existe pas

	Tiktok	Tiktok	N'existe pas	N'existe pas
Comportements alimentaires	Troubles alimentaires	Eating disorders	Feeding and eating disorders Eating disorders	N'existe pas
	Comportement alimentaire	Feeding behavior	Feeding behavior Food craving	Feeding behavior
	Régime (faire)	Dieting	N'existe pas	N'existe pas
	Choix alimentaires	Food choices	N'existe pas	N'existe pas
	Alimentation émotionnelle	Emotional eating	N'existe pas	N'existe pas
Image corporelle	Image corporelle	Body image	Body dissatisfaction Body Dysmorphic Disorders	N'existe pas
	Satisfaction corporelle	Body satisfaction		N'existe pas

5.2.2. Equations de recherche

Les équations suivantes ont été construites à partir de mots clés pertinents au sujet de la thématique en français et en anglais, puis de Mesh terms recherchés sur les deux bases de données sélectionnées.

De ce fait, nous avons pu poser notre équation de recherche dans le moteur de recherche PubMed. Cette dernière se présente comme telle : ((social media) OR (internet addiction disorder) OR (Instagram) OR (Tiktok) OR (Facebook) OR (Twitter) OR (Social network) OR (social networking)) AND ((eating disorders) OR (feeding or eating disorders) OR (feeding behavior) OR (food craving) OR (dieting) OR (food choices) OR (emotional eating) OR (body image) OR (body satisfaction)) AND (systematicreview[Filter])

Au sein de la base de données de PsycInfo, nous avons posé l'équation de recherche suivante: ((social media) OR (internet addiction disorder) OR (Instagram) OR (Tiktok) OR (Facebook) OR (Twitter) OR (social network) OR (social networking)) AND ((eating disorders) OR (feeding and eating disorders) OR (feeding behavior) OR (food craving) OR (dieting) OR (food choices) OR (emotional eating)OR (body image) OR (body satisfaction)).

5.2.3. Critères d'inclusion et d'exclusion

A la suite, le tableau 2. présentent les critères d'inclusion pour la recherche :

Tableau 2 : Critères d'inclusion

Critères d'inclusion	Justification
Adolescents de 10 ans à 18 ans, femmes et hommes / Adultes, femmes et hommes	Nous avons pu relever que cette population était la plus ciblée dans les études, notamment dû à leurs utilisations des réseaux sociaux plus fréquentes que des générations plus jeunes.
Utilisateurs des réseaux sociaux de manière quotidienne, sans heures minimum requises	Notre question de recherche se base sur les personnes utilisant les réseaux. Nous recherchions ainsi des personnes utilisant les réseaux sociaux de manière quotidienne.
Comportement alimentaire problématique	Cela se définit par des comportements alimentaires nuisibles pour la santé mentale et/ou physique d'un individu. La sévérité d'un comportement alimentaire problématique peut aller de léger à un diagnostic de trouble du comportement alimentaire. Cela incluait de la même manière les troubles restrictifs (régimes) que compulsifs (compulsions alimentaires) (27).
Impact sur l'image corporelle	L'article devait aborder la notion d'image corporelle et de perception de soi face à l'utilisation des réseaux sociaux.
Revue systématique, Méta-analyse, scoping review	Au vu du nombre et de la qualité des études dans la littérature, nous avons décidé de sélectionner seulement ces trois types d'études afin de rédiger une revue parapluie.
Articles écrits en français et anglais	Le choix a été fait par notre aisance à la lecture et la compréhension de ces deux langues.

A la suite, le tableau 3 présentent les critères d'exclusion pour la recherche :

Tableau 3 : Critères d'exclusion

Critères d'exclusion	Justifications
Les enfants de moins de 10 ans, filles et garçon	Encore peu d'études ont été effectuées au sujet de notre thématique sur cette population. Les études étaient principalement axées sur l'impact publicitaire sur cette génération.

Non utilisateurs des réseaux sociaux ou sporadiquement, comme 1 fois par semaine	Afin de garantir l'inclusion d'études avec des populations homogènes, nous avons uniquement inclus les études ciblant les utilisateurs fréquents de réseaux sociaux.
Études abordant la dimension de prévention faite à l'aide des réseaux sociaux sur les comportements alimentaires	Nous voulions nous pencher exclusivement sur les contenus problématiques qui se trouvent sur les réseaux sociaux et non pas sur les stratégies de sensibilisation déjà mises en place sur les réseaux sociaux.
Études n'abordant pas le comportement alimentaire problématique ou l'image corporelle	Ce sont les deux thématiques principales de notre question de recherche. L'article devait aborder au moins une des deux thématiques afin d'être sélectionné.

5.3. Sélection des articles

La sélection des articles a été effectuée par chacune d'entre nous, séparément afin d'obtenir une double vérification des revues sélectionnées. Nous avons ensuite partagé nos résultats et avis lors d'une mise en commun.

Au sein de la base de données PubMed, l'équation de recherche nous a donné 4'424 résultats sans filtre de sélection. Au vu de notre travail qui consistait à réaliser une revue systématique de type "Umbrella", le filtre que nous avons sélectionné était le suivant : "Revue systématique". De plus, nous avons décidé de sélectionner les études écrites en langue anglaise et française, elles représentaient 98,7% des résultats. De ce fait, nous nous sommes retrouvées avec un total de 149 revues systématiques à analyser et trier en fonction des critères d'inclusion et d'exclusion définis. Ensuite, nous avons procédé à notre premier tri d'articles basé sur la lecture des titres. Ainsi, nous avons pu réduire notre résultat à 48 articles. Puis, nous avons procédé à la lecture des abstracts des études restantes qui était au nombre de 48 articles. Le nombre éligible à une lecture complète a été de 31 articles. Ces différentes lectures nous ont permis de sélectionner 9 revues qui seront analysées dans ce travail.

PsycInfo est une base de données très intéressante pour des références psycho-sociales, cependant, elle ne référence que très peu de revues systématiques et Meta-analyses. Seulement cinq revues systématiques ont été recensées, de plus, ces études ne correspondaient pas à notre axe de recherche. Nous n'allions ainsi pas extraire d'études sur PsycInfo, pour répondre à notre question de recherche, toutefois, nous l'avons utilisé dans notre cadre de référence.

Le diagramme détaillant l'ensemble du processus de sélection de nos revues est présenté en Figure 2.

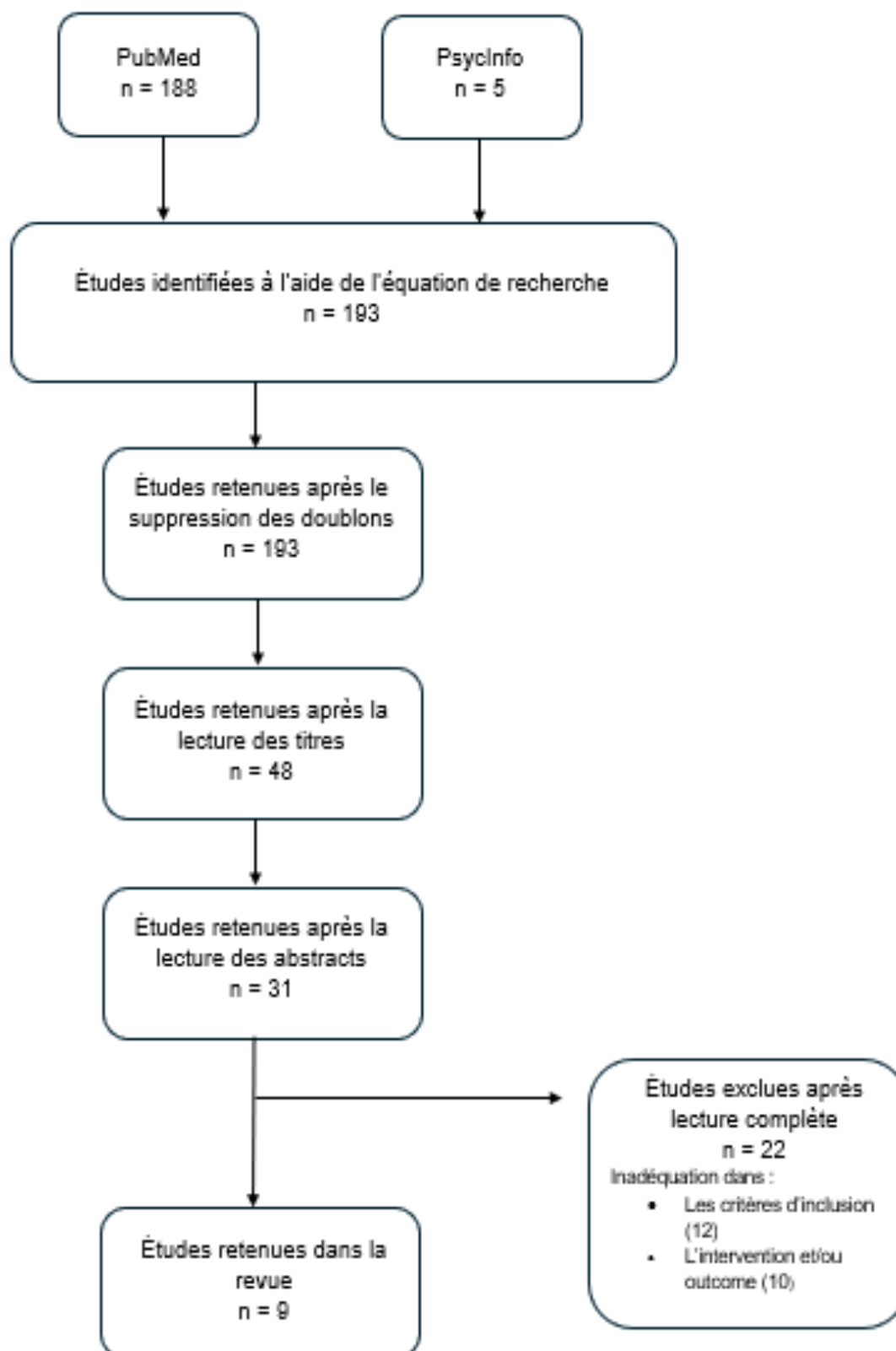


Figure 2 : PRISMA Flow chart

5.4. Évaluation de la qualité

La qualité des études choisies a été évaluée en utilisant une checklist spécifique aux revues systématiques et aux méta-analyses élaborée par l'Institut Joanna Briggs (JBI). Cette checklist comprend onze questions avec quatre réponses possibles : Oui, Non, Incertain, Inapplicable. Grâce à cette méthode, il est possible d'analyser et de recenser la qualité des articles choisis. Nous avons considéré que l'article était à risque de biais élevé si six ou moins de critères étaient sélectionnés, à risque de biais modéré si sept à neuf critères étaient sélectionnés, à risque de biais faible si dix ou onze critères étaient sélectionnés. Les articles ont été divisés en deux pour effectuer l'évaluation de la qualité. Si l'une de nous avait des interrogations, elle a pu consulter l'autre. Les résultats et le tableau de la qualité se trouvent dans la section résultats.

5.5. Extraction des données

De la même manière que pour l'évaluation de la qualité, nous avons divisé le travail d'extraction des données en deux. Un tableau Excel a été créé afin de rassembler les données essentielles de chaque article. Ce tableau comprenait des colonnes pour les informations suivantes : auteurs et date de publication, dates d'extraction des données, titre, objectifs de l'article, nombre d'articles inclus, design de l'étude, taille totale de l'échantillon, population cible, mesures des variables indépendantes et dépendantes, ainsi que les résultats et les biais.

5.6. Synthèse et présentation des résultats

Les principaux résultats de chaque revue ont été retranscrits de manière détaillée sous forme de texte. Grâce à nos critères d'inclusions et d'exclusions, une homogénéité des résultats a pu être observée. Ainsi, nous les avons synthétisés en trois différentes thématiques qui sont les suivantes : les comportements alimentaires problématiques, les influenceurs et l'image corporelle.

6. Résultats

6.1. Caractéristiques des revues sélectionnées

Parmi les 9 études incluses dans ce travail, 8 d'entre elles sont des revues systématiques (RS) et méta-analyses (MA) et une étude est une scoping review (SR) (45,46,47,48,49,50,51,52,53). Leurs caractéristiques principales sont présentées dans le tableau suivant (Tableau n°4) :

Tableau 4 : Caractéristiques des revues sélectionnées

Auteurs	Année	Titre	Devis	Date d'extraction des données des études	Nombre d'études incluses	Participants	But
Blanchard & al.	2023	Associations between social media, adolescent mental health, and diet: A systematic review	RS	2019 à 2023	21	Adolescents hommes et femmes de 10 à 19 ans (Nombre non précisé)	Examiner les associations entre l'utilisation des médias sociaux et la santé mentale des adolescents.

Cataldo & al.	2021	Social media usage and development of psychiatric disorders in childhood and adolescence: a review	RS	2011 à 2020	44	36'530 adolescents hommes et femmes, tous âgés entre 10 et 25 ans	Synthétiser les résultats cognitifs, psychologiques et sociaux corrélés à une utilisation problématique des sites de médias sociaux au cours des étapes de développement, de 10 à 19 ans.
Engel & al.	2024	Social media influencers and adolescents' health: A scoping review of the research field	SR	Jusqu'en 2022	51	Adolescents hommes et femmes, principalement âgés de 10 à 19 ans, provenant de diverses régions géographiques.	Synthétiser les recherches existantes sur le rôle des influenceurs dans la santé des adolescent

Hinojo-Lucena & al.	2019	Problematic Internet Use as a Predictor of Eating Disorders in Students: A Systematic Review and Meta-Analysis Study	RS /MA	2009 à 2019	22	16'520 étudiants hommes et femmes de la Turquie, l'Espagne, la Chine, les États-Unis, la Colombie, l'Égypte et Taiwan. L'âge moyen varie entre 18,55 ans à 27,61 ans.	Déterminer les troubles de l'alimentation liés à l'utilisation problématique d'Internet chez les étudiants et analyser l'effet de l'utilisation problématique d'Internet sur les troubles de l'alimentation
Ioannidis & al.	2021	Problematic usage of the internet and eating disorder and related psychopathology: A multifaceted, systematic review and meta-analysis	RS /MA	2000 à 2020	39	32'295 adolescents et adultes hommes et femmes, provenant de différentes régions géographiques et contextes culturels. -> à risque ou souffrant de troubles alimentaires et de comportements problématiques liés à l'utilisation d'Internet.	Examiner les liens entre l'utilisation problématique d'Internet (PUI), les troubles de l'alimentation et la psychopathologie associée

Jerónimo & al.	2022	Effects of fitspiration content on body image	RS	2015 à 2022	20	4'633 adolescents et adultes hommes et femmes âgés entre 15 et 40 ans.	Synthétiser les résultats disponibles sur la relation entre l'exposition à la fitspiration et les mesures de l'image corporelle ou les variables associées comme la comparaison ou l'appartenance
Rounsefell & al.	2019	Social media, body image and food choices in healthy young adults: A mixed methods systematic review	RS	2014 à 2019	30	11'125 adultes hommes et femmes âgés entre 18 et 30 ans	Mesurer l'impact de l'engagement habituel sur les réseaux sociaux ou de l'exposition à du contenu lié à l'image sur l'image corporelle et les choix alimentaires chez de jeunes adultes en bonne santé.
Wu & al.	2024	Digging into digital buffets: a systematic review of eating-related social media content and its relationship with body image and eating behaviors	RS	2015 à 2022	38	26'957 hommes et femmes âgés entre 9 et 73 ans.	Synthétiser l'association entre l'exposition aux médias sociaux liée à l'alimentation (consommation alimentaire, TCA et opinion) et l'image corporelle.
Zhang & al.	2021	The Relationship Between SNS Usage and Disordered Eating Behaviors: A Meta-Analysis	MA	2010 et 2020	22	13 301 participants hommes et femmes, avec une moyenne d'âge entre 11,19 et 30,53 ans. (5'031 hommes et 8'270 femmes)	Explorer les relations entre les réseaux sociaux et les troubles du comportement alimentaire

6.2. Qualité des revues sélectionnées

Les résultats de l'évaluation de la qualité des neuf articles sélectionnés figurent dans le tableau suivant (tableau 5). Les neuf articles sont sur l'axe X et les onze questions du JBI sur l'axe Y. Différentes couleurs ont été attribuées selon l'évaluation de la qualité, vert pour la réponse oui, rouge pour non, orange pour incertain et bleu pour inapplicable.

Tableaux 5 : Evaluation de la qualité JBI

Auteurs / Critères JBI	Blanchard et al.	Cataldo et al.	Engel et al.	Hinojo-Lucena et al.	Ioannidis et al.	Jerónimo et al.	Rounsefell et al.	Wo et al.	Zhang et al.
1) La question est-elle clairement et explicitement formulée ?									
2) Les critères d'inclusion étaient-ils appropriés à la question de l'examen ?									
3) La stratégie de recherche était-elle appropriée									
4) Les sources et les ressources utilisées pour la recherche d'études étaient-elles adéquates ?									
5) Les critères d'évaluation des études étaient-ils appropriés ?									
6) L'évaluation critique a-t-elle été effectuée par au moins deux évaluateurs indépendants ?									
7) Des méthodes ont-elles été mises en place pour minimiser les erreurs dans l'extraction des données ?									
8) Les méthodes utilisées pour combiner les études étaient-elles appropriées ?									
9) La probabilité d'un biais de publication a-t-elle été évaluée ?									
10) Les recommandations en matière de politique et/ou de pratique sont-elles étayées par les données rapportées ?									
11) Les directives spécifiques pour les nouvelles recherches étaient-elles appropriées ?									
Total des critères remplis	11/11	9/11	8/11	11/11	9/11	10/11	10/11	8/11	10/11

Oui	Non	Incertain	Inapplicable
-----	-----	-----------	--------------

Deux articles ont obtenu une note totale de 11/11, tandis que trois ont obtenu une note de 10/10, ce qui rend 5 articles à faible risque de biais. Deux articles ont obtenu une note de 9/11 et deux une note de 8/11, ce qui les rend à risque de biais modérés. Nous constatons que les articles sélectionnés sont de grande qualité, ce qui est très bénéfique pour notre revue de type parapluie.

6.3. Synthèse des résultats par thème :

Pour la synthèse des résultats observés, nous avons décidé de les regrouper en trois grandes thématiques : comportements alimentaires problématiques, influenceurs, image corporelle et comportement alimentaire. Nous avons identifié ces trois thématiques en fonction de ce qui était mis en lien avec les réseaux sociaux dans chaque étude.

6.3.1. Comportements alimentaires problématiques

Trois articles sélectionnés se sont intéressés uniquement à la thématique des comportements alimentaires problématiques (48,49,53). Au vu de l'hétérogénéité des questionnaires utilisés dans les articles, les méta-analyses étaient plus rares. Les mesures de la variable indépendante de l'utilisation des réseaux sociaux ont été principalement effectuées par des mesures de fréquence, de durée, d'intensité ou encore le recensement d'activité des utilisateurs mais aussi grâce à des questionnaires comme Chen Internet Addiction Scale

(CIAS), Internet addiction test (IAT), Compulsive Internet Use Scale (CIUS), Generalized Problematic Internet Use Scale (GPIUS), Problematic Internet Use Questionnaire (PIUQ). Le comportement alimentaire a été évalué grâce au Eating Attitude Test-26 (EAT-26), l'échelle SCOFF, Eating Disorder Inventory-1 (EDI-1), Eating Disorder Examination-Questionnaire (EDEQ) ou Dutch Eating Behaviour Questionnaire (DEBQ).

Hinojo-Lucena et al. ont exploré une association entre l'utilisation problématique d'internet, les troubles du comportement alimentaire et les comportements alimentaires problématiques. En ce qui concerne les comportements alimentaires problématiques, la préoccupation excessive pour la nourriture, la perte de contrôle alimentaire, et la pratique de régimes amaigrissants sont toutes observées dans 41,66% des cas chez les personnes qui utilisent Internet de manière problématique. Au sein des 41,66% de cas, la boulimie est le trouble alimentaire le plus fréquent, représentant 91,66% des cas étudiés. Elle est suivie de l'anorexie mentale, présente dans 50% des cas, et de l'accès hyperphagique, qui concerne 16,66% des participants (48).

Les auteurs ont effectué deux méta-analyses pour examiner les comportements alimentaires problématiques chez les étudiants ayant une utilisation problématique d'Internet par rapport à ceux qui n'en ont pas. La première méta-analyse, effectuée sur des données continues, a montré que les étudiants ayant une utilisation problématique d'Internet présentaient une différence statistiquement significative par rapport à ceux qui n'avaient pas d'utilisation problématique. La taille de l'effet obtenu ($p < 0,00001$) confirme cette différence. Le coefficient d de Cohen ($d = 0,63$, IC à 95% = $[0,41- 0,85]$) indique une taille d'effet moyenne pour la prévalence des comportements alimentaires problématiques chez les étudiants ayant une utilisation problématique d'Internet. Ainsi, ces résultats confirment une association entre l'utilisation problématique d'Internet et les comportements alimentaires problématiques. Dans la seconde méta-analyse, effectuée sur des données dichotomiques, la différence significative entre les deux groupes a été à nouveau confirmée. La taille d'effet était statistiquement significative ($p < 0,00001$), renforçant le lien entre l'utilisation problématique d'Internet et la présence de comportements alimentaires problématiques (48).

Zhang et al. ont pu relever une corrélation positive faible mais significative ($r = 0,09$, IC 95% $[0,06, 0,11]$ / $p < 0,001$) entre l'utilisation des réseaux sociaux et les comportements alimentaires problématiques. De plus, une utilisation fréquente des réseaux sociaux et sur du long terme pouvait mener à une comparaison sociale accrue et favoriser une image corporelle négative et un stress face à son apparence qui pouvait conduire à des troubles du comportements alimentaires. Les auteurs ont également exploré des modèles de modération qui permettent de déterminer si d'autres variables influencent la relation entre deux variables principales. Les analyses ont révélé que la source de l'échantillon, la méthode d'enquête et l'IMC moyen de l'échantillon étaient des modérateurs significatifs et qu'ils pourraient expliquer les variations individuelles observées dans les résultats antérieurs. Notamment, l'augmentation de l'IMC est associée à une diminution des troubles du comportements alimentaires associés à l'utilisation des réseaux sociaux (53).

Ioannidis et al. ont démontré avec des corrélations de Pearson, une association entre une utilisation problématique des réseaux sociaux et un risque accru de troubles du comportement alimentaire ($r = 0,22$ / $p < 0,001$), d'insatisfaction corporelle ($r = 0,14$ et $p < 0,001$), de recherche de minceur ($r = 0,16$ et $p < 0,001$) et de restriction alimentaire (r et p). Ils ont également constaté que l'âge modérait la recherche de minceur : plus l'âge augmentait, plus l'impact des réseaux sociaux diminuait. De plus, des différences ont été observées entre les continents, avec une différence notable entre l'Afrique et le reste du monde (49).

De manière générale, les trois études traitant de la thématique des réseaux sociaux et des comportements alimentaires problématiques soutiennent une association entre l'utilisation des

réseaux sociaux et des comportements alimentaires problématiques. Les résultats sont résumés dans le Tableau 6.

Tableau 6 : Résumé des résultats - Comportements alimentaires problématiques

Auteurs	Population	Résultats
Hinojo-Lucena et al. (48)	Moyenne d'âge entre 18,55 et 27,61 ans	Association entre l'utilisation problématique d'internet, les troubles du comportement alimentaire et les comportements alimentaires problématiques.
Ioannidis et al. (49)	Tranche d'âge non précisée	Association entre une utilisation problématique des réseaux sociaux et risque accru de TCA.
Zhang et al. (53)	Moyenne d'âge entre 11,19 et 30,53 ans	Utilisation fréquente et à long terme des réseaux sociaux mène à une comparaison sociale accrue et favorise une image corporelle négative qui conduit à des TCA.

6.3.2. Influenceurs

Engel et al. et Jerónimo et al. se sont intéressés à l'effet des influenceurs des réseaux sociaux sur la santé des jeunes, notamment au sujet de leur comportement alimentaire et de leur image corporelle, mais aussi au contenu fitspiration (47,50). La variable indépendante, l'utilisation des réseaux sociaux, a été évaluée en fonction de la fréquence et de la durée d'exposition aux contenus des influenceurs et fitspiration, ainsi qu'à l'engagement des participants, notamment par des likes, commentaires, partages, interactions et les types de contenus comme la santé, la nutrition et l'image corporelle. Le comportement alimentaire et l'image corporelle ont été mesurés à l'aide de différents questionnaires comme, le Body Shape Questionnaire (BSQ), et l'EDE-Q (47,50).

Engel et al. a montré que les influenceurs avaient un impact négatif sur les adolescents, en particulier sur les jeunes femmes, en influençant négativement leur perception de leur corps. Les influenceurs promouvaient principalement des corps minces et musclés ce qui augmente la comparaison sociale, l'insatisfaction corporelle et l'intériorisation des idéaux corporels. De plus, la comparaison aux influenceurs diminuait l'appréciation de son image, augmentait l'auto-objectivation des individus, tout comme l'humeur négative et les symptômes dépressifs. De plus, cette comparaison augmentait le temps passé sur les médias sociaux et favorisait l'utilisation compulsive. Engel et al. ont relevé un phénomène cité comme préoccupant qui était la présence d'influenceurs promouvant l'anorexie et la thinspiration, et mettant en avant des régimes drastiques, des comportements alimentaires dangereux, allant jusqu'au suicide. En contraste, Engel et al. ont relevé que seules les célébrités semblaient créer et partager du contenu positif pour l'image corporelle (47).

D'un point de vue alimentaire, Engel et al. ont noté la prédominance de contenus promotionnels pour des aliments et boissons dits malsains sur les réseaux sociaux. En effet, ils ont relevé que les aliments bons pour la santé ne représentaient qu'un tiers du contenu alimentaire partagé en ligne. Les adolescents, très actifs sur les réseaux sociaux, sont exposés à pas moins de 12 contenus promotionnels alimentaires par minute, principalement à travers

les contenus publicitaires des influenceurs. Ces influenceurs utilisaient des promotions interactives, divertissantes et émotionnellement engageantes, qui attirent davantage cette population que les publicités traditionnelles des marques. De plus, de nombreux contenus publicitaires échappent aux réglementations, notamment ceux concernant les boissons sucrées, la restauration rapide et les compléments alimentaires. Ainsi, les adolescents, étant particulièrement sensibles au marketing et enclins à imiter leurs influenceurs préférés, consomment facilement les aliments malsains promus sur les réseaux sociaux. De plus, cette forme de publicité exerce une influence disproportionnée sur les adolescents, en raison de son caractère émotionnellement engageant, interactif et divertissant. Les jeunes ressentaient un plaisir augmenté tout comme l'excitation face à cette consommation. Finalement, ils ont relevé des avantages au partage de contenu de la part des influenceurs, notamment celui d'apporter du soutien en termes de santé mentale, proposer du contenu au sujet de la santé sans pour autant prendre un rôle d'expert et de professionnel, cela grâce à la proximité avec leur communauté (47).

Jerónimo et al. ont analysé 19 études, dont neuf études transversales, neuf RCT et une étude quasi-expérimentale. Ils ont relevé une augmentation de l'insatisfaction corporelle suite à l'exposition d'images de fitspiration. Une étude a cependant démontré un effet neutre de l'impact des contenus fitspiration sur l'image corporelle et une autre n'a pas montré d'effet préjudiciable. De plus, 9 études ont montré que l'exposition à différents contenus de fitspiration créerait une comparaison sociale ascendante chez les utilisateurs, ce qui entraîne donc une plus grande insatisfaction corporelle. Il a également été relevé que l'exposition aux images de fitspiration augmentait l'humeur négative et une association entre humeur négative et insatisfaction corporelle a été relevée. Cependant, toutes les études n'ont pas trouvé les mêmes résultats. Certaines n'ont pas relevé d'association entre humeur négative et insatisfaction corporelle (50).

De manière générale, les deux études traitant de la thématique des influenceurs soutiennent une association entre une insatisfaction corporelle augmentée et les contenus proposés par les influenceurs. Les résultats sont résumés dans le Tableau 7.

Tableau 7 : Résumé des résultats - Influenceurs

Auteurs	Population	Résultats
Engel et al. (47)	Adolescents âgés entre 10 et 19 ans.	Les influenceurs influencent négativement la perception du corps des utilisateurs. Les influenceurs augmentent la comparaison sociale et l'insatisfaction corporelle.
Jerónimo et al. (50)	Adolescents et adultes âgés entre 15 et 40 ans.	L'exposition à des contenus de fitspiration augmentent la comparaison sociale et l'humeur négative qui sont associées à un risque d'insatisfaction corporelle élevé. Augmentation de l'insatisfaction corporelle suite à l'exposition d'images de fitspiration.

6.3.3. Image corporelle et comportement alimentaire

Quatre revues sélectionnées se sont intéressées à l'image corporelle, le comportement alimentaire et l'utilisation des réseaux sociaux (45,46,51,52). La mesure de l'image corporelle

a été faite grâce à différentes échelles comme l'Échelle d'Estime Corporelle pour Adolescents et Adultes (BESAA), du Questionnaire d'Attitudes Socioculturelles envers l'Apparence-4 (SATAQ-4) et du BSQ. L'utilisation des réseaux sociaux a été mesurée grâce à des questionnaires notamment sur la fréquence de l'utilisation, la durée et recensement d'activité des utilisateurs. La mesure de l'exposition aux réseaux sociaux a été à cause de la variabilité des mesures et des concepts sous-jacents, tout comme la variabilité des mesures pour l'image corporelle et le comportement alimentaire, ce qui a rendu difficile la synthèse des résultats et les méta-analyses rares.

Blanchard et al. ont inclus 21 études qui avaient mesuré l'utilisation des réseaux sociaux via des questionnaires auto-administrés et des entretiens, en évaluant le temps passé sur les réseaux sociaux, l'expérience vécue, les plateformes utilisées, les types d'activités ou d'interactions, ainsi que le contenu suivi et proposé. Les résultats ont montré que, dans huit études, un lien significatif positif a été démontré entre l'utilisation des réseaux sociaux et l'insatisfaction corporelle, tandis qu'une étude n'a pas démontré de différence. Quatre études ont révélé que plus les adolescents passaient de temps sur les réseaux sociaux, plus leur image corporelle se dégradait, notamment en ce qui concerne leur poids et leur apparence physique. L'exposition à des images de corps idéalisés contribue particulièrement à cette insatisfaction corporelle (45).

Blanchard et al. ont synthétisé de manière narrative l'utilisation des médias sociaux et les troubles du comportement alimentaire, car il y avait un haut niveau d'hétérogénéité des résultats. Blanchard et al. ont rapporté dans dix études sur vingt et une, une corrélation significative entre l'utilisation des réseaux sociaux et des symptômes de trouble des comportements alimentaires, dont cinq sur les accès hyperphagiques. Cinq études ont également montré des associations entre l'utilisation des réseaux sociaux et des comportements alimentaires problématiques, tels que l'alimentation émotionnelle, l'attirance pour la restauration rapide ou le non-respect des sensations alimentaires (45).

Rounsefell et al. ont analysé 30 études dont 26 quantitatives et 4 qualitatives afin d'évaluer l'impact de l'utilisation habituelle des réseaux sociaux ou de l'exposition à du contenu lié à l'image corporelle et les choix alimentaires sur les choix alimentaires. L'échantillon total s'est élevé à 11'125 jeunes adultes, en bonne santé, tous âgés entre 18 et 30 ans. Les résultats des études révèlent que l'engagement sur les réseaux sociaux a un impact significatif sur l'image corporelle des jeunes adultes. Les études quantitatives montrent que l'engagement négatif sur les réseaux sociaux, tel que la recherche de réassurance et l'utilisation inadaptée, est associé à une insatisfaction corporelle accrue. L'exposition à des contenus liés à l'image, comme des images idylliques de célébrités, de pairs et des selfies, est également liée à une plus grande insatisfaction corporelle et à une préoccupation accrue pour la minceur. Par exemple, l'exposition à des images non spécifiques sur Facebook est associée à une insatisfaction corporelle plus élevée, tandis que les images idylliques et les selfies amplifient ce sentiment. Les études qualitatives ont renforcé ces conclusions, montrant que les réseaux sociaux favorisent la comparaison sociale et la compétition, ce qui augmente les sentiments négatifs à l'égard de son propre corps. Les jeunes adultes se sentent constamment comparés aux autres et s'engagent régulièrement dans des auto-comparaisons, utilisant des filtres de retouche photo et des choix de mode pour représenter une image idéale en ligne. Ils recherchent également une validation externe via les réseaux sociaux, ce qui les conduit à objectiver leur propre corps (51).

Rounsefell et al. soulignaient l'impact de l'utilisation des réseaux sociaux sur l'image corporelle et les choix alimentaires. Leur analyse a révélé que les comportements alimentaires des jeunes adultes étaient fortement influencés par l'engagement sur les réseaux sociaux. Les études quantitatives montraient que l'engagement négatif sur les réseaux sociaux, comme la recherche de réassurance et l'utilisation inadaptée, était associé à des choix alimentaires désordonnés. L'exposition à des contenus liés à l'image, tels que des images idylliques de célébrités ou de pairs, a également été liée à une insatisfaction corporelle accrue et à un désir

de minceur, ce qui peut influencer les comportements alimentaires vers des régimes plus stricts (51).

Les études qualitatives ont révélé que les réseaux sociaux favorisent la comparaison sociale et la compétition, incitant les jeunes adultes à modifier leurs apparences en ligne et à rechercher une validation externe. Cela conduit à une augmentation des préoccupations alimentaires. Les participants rapportent une envie accrue de manger en réponse à des images de nourriture et, paradoxalement, un besoin de restreindre leur alimentation lorsqu'ils sont exposés à des images d'aliments perçus comme "malsains". Les jeunes adultes sont conscients de ces impacts, mais continuent à s'engager activement sur les plateformes de réseaux sociaux, indiquant une relation complexe et souvent négative entre l'utilisation des réseaux sociaux et les comportements alimentaires (51).

Cataldo et al. ont analysé 44 études afin de synthétiser les résultats cognitifs, psychologiques et sociaux corrélés à une utilisation problématique des sites de médias sociaux au cours des étapes de développement, chez les jeunes de 10 à 19 ans. Cataldo et al. ont mis en lumière que l'utilisation des réseaux sociaux a un impact significatif sur l'image corporelle des adolescents. La pratique courante de la publication de selfies et d'autres photos corporelles expose les jeunes à des comparaisons incessantes avec leurs pairs, souvent menant à une insatisfaction corporelle. Les adolescents sont plus vulnérables à ces effets, avec une forte corrélation entre le temps passé sur des plateformes comme Instagram et Facebook et une surveillance accrue du corps ainsi que la poursuite d'un idéal de minceur. Les comparaisons d'apparence fréquentes sur les réseaux sociaux sont liées à une moindre satisfaction corporelle. Les études soulignent également que les croyances concernant le contrôle de l'apparence et l'image corporelle dans les photos peuvent prédire une utilisation problématique des réseaux sociaux (46).

Cataldo et al. ont montré que l'utilisation des réseaux sociaux influencent significativement les comportements alimentaires des adolescents. L'exposition fréquente à des images de corps et à des contenus alimentaires sur des plateformes comme Instagram et Facebook est liée à des modifications des habitudes alimentaires et au développement de troubles alimentaires. Les adolescents, qui passaient plus de temps sur les réseaux sociaux, étaient plus susceptibles de surveiller leur corps de manière obsessionnelle et de poursuivre un idéal de minceur, ce qui pouvait conduire à des comportements alimentaires restrictifs. Les comparaisons d'apparence fréquentes avec des personnes perçues comme plus attrayantes sur les réseaux sociaux étaient positivement associées aux troubles alimentaires. Des études montraient également qu'une estime corporelle négative pouvait être un modérateur et encourager des comportements alimentaires problématiques (46).

Wu et al. ont effectué une revue systématique incluant 38 études afin de comprendre la relation entre l'exposition au contenu posté sur les réseaux sociaux en lien avec l'alimentation et l'image corporelle, les troubles de l'alimentation, la consommation alimentaire et les opinions liées à l'alimentation. Cette revue comprenait des personnes âgées entre 9 et 73 ans. Onze études ont évalué un lien direct entre l'exposition à du contenu lié à l'alimentation et l'image corporelle. Certaines études ont souligné le fait que suivre des influenceurs qui partagent du contenu en lien avec la nutrition et l'alimentation sont positivement liés à l'insatisfaction corporelle (52).

Wu et al. a analysé dix études traitant du lien entre comportements alimentaires problématiques et exposition à des contenus liés à l'alimentation. Quatre d'entre-elles ont identifié une corrélation au niveau d'une restriction alimentaire ou de troubles de l'alimentation plus élevés chez les utilisateurs et le visionnage d'images d'alimentation saine sur Instagram, l'engagement dans le contenu lié aux troubles de l'alimentation et le visionnage potentiellement addictif du mukbang qui consistent à se filmer tout en mangeant un maximum de nourriture (54). Une étude expérimentale a montré que le visionnage d'aliments à faible densité calorique entraînait une augmentation des intentions de s'engager dans des troubles

de l'alimentation. Ces résultats permettent d'appuyer l'idée que certains types de contenus liés à l'alimentation sur les réseaux sociaux sont positivement liés aux attitudes et comportements alimentaires problématiques, et seraient donc négatifs pour le bien-être général.

De manière générale, la majorité des études analysées dans cette revue soutiennent un lien entre une image corporelle négative et certains contenus postés en lien avec l'alimentation sur les réseaux sociaux. Les résultats sont résumés dans le Tableau 8.

Tableau 8: Résumé des résultats - Image corporelle

Auteurs	Population	Résultats
Blanchard et al. (45)	Adolescents âgés entre 10 et 19 ans	Lien significatif entre l'utilisation des réseaux sociaux et l'insatisfaction corporelle. Association entre l'utilisation des réseaux sociaux et des comportements alimentaires problématiques.
Cataldo et al. (46)	Adolescents âgés entre 10 et 25 ans	L'utilisation des réseaux sociaux a un impact significatif sur l'image corporelle. Association positive entre la comparaison d'apparences avec des personnes perçues comme plus attrayantes et les TCA.
Rounsefell et al. (51)	Adultes âgés entre 18 et 30 ans	Association entre engagement sur les réseaux sociaux, image corporelle négative et comportements alimentaires problématiques. L'exposition à des publications, où le corps est mis en avant, est liée à une insatisfaction corporelle accrue et à un désir de minceur, ce qui peut influencer les comportements alimentaires vers des régimes strictes.
Wu et al. (52)	Individus âgés entre 9 et 73 ans	Lien direct entre l'exposition à du contenu lié à l'alimentation et l'image corporelle. Certains types de contenus liés à l'alimentation sur les réseaux sociaux sont positivement liés aux attitudes et comportements alimentaires problématiques.

7. Discussion

7.1. Rappel du but de la revue et des résultats saillants

Pour rappel, le but de notre revue parapluie était d'étudier l'association entre l'utilisation des réseaux sociaux, le comportement alimentaire et la relation au corps. En synthétisant les données issues d'une sélection de revues systématiques, nous avons l'objectif de comprendre comment les réseaux sociaux peuvent influencer le comportement alimentaire des utilisateurs et quelles en sont les répercussions sur l'image corporelle des individus et la relation qu'ils ont avec leur corps. Le but final était d'explorer le lien entre ces trois grandes thématiques et de mettre en lumière comment les réseaux sociaux peuvent impacter la vie des utilisateurs et établir des recommandations dans la pratique professionnelle des diététicien-ne-s.

Les résultats de l'étude montrent qu'il y a une association entre l'utilisation problématique d'internet, les troubles du comportement alimentaire, les comportements alimentaires problématiques, l'insatisfaction corporelle, médiée par des mécanismes de comparaison sociale. Les influenceurs diffusant des modes de vie idéalisés exacerbent ces comparaisons et l'insatisfaction corporelle. Une utilisation fréquente et prolongée des réseaux sociaux favorise la comparaison sociale, dégrade l'image corporelle des individus et augmente le risque de développer des troubles du comportement alimentaire. Elle entraîne également des comportements alimentaires problématiques tels que l'alimentation émotionnelle, l'attirance pour la restauration rapide ou le non-respect des sensations alimentaires. L'exposition à des contenus tels que des images idylliques de célébrités ou de pairs, est liée à une insatisfaction corporelle, à une comparaison sociale augmentée et à une préoccupation accrue pour la minceur. Plus l'utilisation est fréquente, plus la surveillance corporelle s'intensifie et l'image de soi se détériore.

7.2. Explication des résultats principaux et liens avec le modèle socioculturel d'influence tripartite.

Les résultats principaux de cette revue systématique de type parapluie ont révélé des liens significatifs entre l'utilisation problématique d'internet et divers aspects des troubles du comportements alimentaires, de l'insatisfaction corporelle, et de la comparaison sociale. Pour comprendre ces dynamiques, nous pouvons les analyser à travers le prisme du modèle socioculturel d'influence tripartite proposé par Thompson et al. (1999) (42). Ce modèle postule que les influences médiatiques, les relations avec les pairs et les commentaires familiaux jouent un rôle crucial dans le développement de l'image corporelle et des comportements alimentaires (42).

Premièrement, nos résultats indiquent que l'utilisation problématique d'internet, en particulier l'engagement avec les réseaux sociaux, est fortement associée aux troubles du comportement alimentaire et aux comportements alimentaires problématiques. Cela peut être expliqué par la manière dont les réseaux sociaux diffusent des standards de beauté irréalistes et des modes de vie idéalisés. Selon le modèle tripartite, les médias représentent une source majeure d'influence en modelant des normes corporelles qui deviennent des références pour les utilisateurs (42,43,44). Les images idéalisées de célébrités et d'influenceurs diffusées par les réseaux sociaux exacerbent la tendance à la comparaison sociale et augmentent l'insatisfaction corporelle. En effet, ces images souvent retouchées et perfectionnées créent des attentes irréalistes, poussant les individus à aspirer à une minceur extrême et à une apparence parfaite, assimilées au bonheur.

Deuxièmement, la comparaison sociale, intensifiée par l'usage des réseaux sociaux, joue un rôle central dans la dégradation de l'image corporelle. Le modèle tripartite souligne l'importance des relations avec les pairs comme sources d'influence. Sur les réseaux

sociaux, les utilisateurs sont constamment exposés à des représentations idéalisées de leurs pairs, ce qui renforce la comparaison sociale et l'insatisfaction corporelle. Plus l'utilisation des réseaux sociaux est fréquente, plus ces comparaisons deviennent omniprésentes, intensifiant la surveillance corporelle et le désir de conformité aux idéaux de minceur. Cela peut entraîner des comportements alimentaires désordonnés, tels que les régimes, restrictions alimentaires ou une attirance accrue pour des aliments moins sains, exacerbant ainsi les troubles alimentaires (42, 43).

Troisièmement, les interactions et les commentaires reçus via les réseaux sociaux peuvent être comparés aux influences familiales mentionnées dans le modèle tripartite. Les commentaires et les « likes » sur des photos ou des publications peuvent fonctionner comme des renforcements positifs ou négatifs, influençant ainsi la perception de soi et les comportements alimentaires (42, 44). Les remarques sur le poids ou l'apparence peuvent particulièrement affecter les jeunes, renforçant les préoccupations corporelles et les comportements alimentaires problématiques.

Dans notre étude, les résultats obtenus s'inscrivent parfaitement dans le cadre du modèle socioculturel d'influence tripartite de Thomson et al. (1999) (42). Ce modèle postule que les influences médiatiques, les relations avec les pairs et les commentaires familiaux sont des facteurs clés dans le développement de l'image corporelle et des comportements alimentaires. Les réseaux sociaux, en tant que média principal dans notre contexte, jouent un rôle central dans ce schéma d'influence.

Les réseaux sociaux diffusent des représentations idéalisées de célébrités et d'influenceurs, créant des normes de beauté souvent irréalistes. Ces plateformes exposent constamment les utilisateurs à des images retouchées et perfectionnées, renforçant l'idée que la minceur et une apparence physique parfaite sont des critères essentiels de réussite et de bonheur. Cette exposition continue mène à une internalisation de ces normes de beauté, où les individus adoptent ces standards comme faisant partie de leurs propres croyances et valeurs.

La comparaison sociale est amplifiée par l'utilisation fréquente des réseaux sociaux, où les utilisateurs évaluent leur propre apparence en se comparant à celle des autres. Cette comparaison constante avec des pairs et des influenceurs, souvent perçus comme ayant des vies idéalisées, intensifie l'internalisation des normes de beauté irréalistes. L'internalisation est un processus par lequel ces normes externes sont acceptées comme des critères personnels de beauté, augmentant la pression ressentie par les individus pour se conformer à ces standards.

Cette internalisation des normes de beauté conduit souvent à une insatisfaction corporelle, car les individus réalisent que leur apparence ne correspond pas à ces idéaux inatteignables. Cette insatisfaction corporelle est un facteur de risque majeur pour le développement de TCA. Nos résultats montrent que l'utilisation fréquente des réseaux sociaux est associée à des comportements alimentaires problématiques, tels que l'alimentation émotionnelle, une attirance pour la restauration rapide, et le non-respect des sensations alimentaires. De plus, la surveillance corporelle, qui est l'attention excessive portée à l'apparence physique, est intensifiée par une utilisation prolongée des réseaux sociaux, exacerbant l'image de soi négative. Comme on peut le voir dans nos résultats, le développement de comportements alimentaires problématiques est généralement lié à une insatisfaction corporelle, et cela fait également écho au modèle tripartite de Thomson et al. (42, 43, 44).

En conclusion, le modèle tripartite de Thomson et al (1999) est particulièrement pertinent pour expliquer les résultats de notre étude (42). Les réseaux sociaux, en tant que principale source médiatique, déclenchent une chaîne d'influence qui commence par l'exposition à des normes de beauté irréalistes, passe par la comparaison sociale et l'internalisation de ces normes, et conduit finalement à une insatisfaction corporelle voire à des troubles du comportements

alimentaire ou des comportements alimentaires problématiques. Comprendre ce schéma d'influence est crucial pour développer des stratégies de prévention et d'intervention visant à atténuer l'impact négatif des réseaux sociaux sur la santé mentale et physique des individus.

7.3. Limites et forces de notre revue parapluie

L'évaluation des limites et des forces d'une revue parapluie est essentielle pour comprendre la portée et la fiabilité des conclusions tirées. Une revue parapluie, qui synthétise les résultats de multiples revues systématiques et méta-analyse, offre une vue d'ensemble précieuse.

Dans notre revue parapluie, nous avons identifié une lacune significative concernant la mesure des variables liées aux réseaux sociaux. Alors que les études ont souvent utilisé des questionnaires validés afin d'évaluer les comportements alimentaires problématiques, les TCA, l'estime de soi et l'insatisfaction corporelle, permettant une évaluation précise et comparative, la manière dont les variables liées aux réseaux sociaux sont évaluées reste floue et hétérogène.

Dans plusieurs études sélectionnées, la méthodologie détaillée pour mesurer l'impact des réseaux sociaux varie considérablement. Les aspects tels que la fréquence d'utilisation des plateformes, la durée de visionnage de contenus spécifiques, et même le type de réseaux sociaux étudiés ne sont pas systématiquement définis ni standardisés.

Un problème sous-jacent est l'absence de questionnaires standardisés et validés pour mesurer spécifiquement l'utilisation des réseaux sociaux. Contrairement aux outils établis pour évaluer l'image corporelle et les comportements alimentaires, il n'existe pas de cadre universellement reconnu pour quantifier de manière valide et fiable les interactions et l'exposition des individus aux réseaux sociaux.

Ce manque de standardisation compromet la validité interne des études et peut introduire des biais méthodologiques significatifs. Sans des instruments de mesure appropriés, il devient difficile de déterminer avec exactitude comment et dans quelle mesure les réseaux sociaux influencent les attitudes et les comportements alimentaires, ainsi que l'image corporelle des individus. De plus, cette variété de mesure empêche l'agrégation des données en méta-analyse et donc le calcul d'une taille d'effet. Les revues systématiques actuelles doivent donc se contenter de faire des synthèses qualitatives, mais les résultats seront plus probants lorsqu'il sera possible d'effectuer une synthèse quantitative.

Une des forces majeures de notre revue parapluie réside dans l'utilisation rigoureuse de la grille d'évaluation critique JBI, qui nous a permis de garantir la qualité des études incluses dans notre analyse. La grille JBI est un outil reconnu pour l'évaluation de la méthodologie et de la fiabilité des recherches. En appliquant cette grille, nous avons pu vérifier que les études sélectionnées répondaient à des critères de qualité élevés, incluant la clarté des objectifs de recherche, une bonne méthodologie et la pertinence des analyses critiques. Par conséquent, l'intégrité et la crédibilité de notre revue parapluie sont considérablement renforcées.

La rigueur méthodologique appliquée dans la sélection et l'évaluation des études confère à notre revue parapluie une très bonne qualité. En nous appuyant sur des critères de qualité stricts, nous avons pu garantir que chaque étude intégrée à notre analyse contribue de manière significative à la fiabilité de nos conclusions. Cette approche nous permet de présenter une synthèse cohérente et exhaustive des connaissances actuelles. En consolidant des preuves de haute qualité, notre revue parapluie offre une ressource précieuse pour les chercheurs et les praticiens, facilitant la prise de décisions éclairées et la mise en œuvre de pratiques fondées sur des données probantes.

Une autre force notable de notre revue parapluie réside dans la publication récente des neuf revues que nous avons sélectionnées et analysées. En intégrant des études publiées récemment, nous garantissons que notre analyse reflète les développements les plus actuels et pertinents par rapport à notre thématique. Cette actualité de données permet de capturer les tendances émergentes et les découvertes plus récentes, offrant ainsi une vision à jour de

l'état de la recherche. De plus, les revues récentes sont plus susceptibles de prendre en compte les nouvelles approches de recherche, améliorant ainsi la pertinence et l'applicabilité de nos conclusions. En synthétisant ces informations récentes, notre revue parapluie devient un outil particulièrement utile pour les chercheurs et les praticiens qui cherchent à s'appuyer sur les connaissances les plus actuelles pour orienter leurs travaux.

7.4. Perspective pour la recherche

Compte tenu de l'évolution rapide des réseaux sociaux, il est impératif que les recherches futures explorent en profondeur les causes et les effets de leur utilisation sur diverses populations, en tenant compte des différences générationnelles et des spécificités géographiques. Ces études doivent non seulement examiner les différentes fréquences d'utilisation, mais aussi analyser l'impact spécifique des différents médias sociaux, en identifiant clairement les contenus susceptibles de présenter des risques pour les utilisateurs et les contenus ayant des effets positifs et protecteurs.

Il est essentiel de fournir des données détaillées sur les comportements alimentaires problématiques en lien avec l'utilisation des réseaux sociaux, afin de mieux comprendre ces dynamiques complexes. De plus, les recherches devraient se concentrer sur l'impact des contenus variés sur le fonctionnement cérébral, ce qui pourrait offrir des perspectives nouvelles sur la manière dont les générations futures vivront avec cet héritage numérique. A titre d'exemples, une étude longitudinale sur l'impact cérébrale des réseaux sociaux sur l'image corporelle et les troubles du comportement alimentaire chez les jeunes adultes âgés de 18 à 30 ans ou une étude interventionnelle sur les effets d'un programme d'éducation aux médias sur l'image corporelle et les comportements alimentaires des adolescents âgés de 12 à 18 ans.

En outre, l'intégration de ce phénomène social dans la pratique clinique revêt une importance cruciale, car elle permettra aux professionnels de santé de mieux appréhender et d'accompagner les patients face aux défis posés par l'influence des réseaux sociaux sur leur bien-être mental et physique. Cette approche multidisciplinaire pourrait également contribuer à l'élaboration de stratégies d'intervention et de prévention plus efficaces.

Les recherches futures doivent approfondir l'étude de l'impact des influenceurs, en particulier sur les comportements alimentaires et l'idéalisation des standards physiques et de style de vie qu'ils promeuvent. Cela nécessite une exploration approfondie des mécanismes par lesquels les influenceurs influencent les choix alimentaires et l'image corporelle. Il est impératif de comprendre comment ces figures publiques façonnent les standards sociaux et les perceptions de soi à travers leurs publications, il devient primordial de comprendre comment ces messages peuvent contribuer à des attitudes problématiques envers l'alimentation et l'image de soi. Ces recherches doivent aider à formuler des stratégies efficaces pour atténuer les effets néfastes des médias sociaux et promouvoir des comportements sains, sans danger, diminuer la comparaison sociale et les perceptions corporelles positives.

Ces recherches sont essentielles pour formuler des recommandations de santé publique concernant l'utilisation des réseaux sociaux. Il est crucial d'éduquer les adolescents à une utilisation sûre et responsable, tout en leur apprenant à se protéger. Il est également important de réglementer le contenu des influenceurs, parfois trompeuse et potentiellement dangereuse. Des interventions politiques sont nécessaires pour protéger la population des effets néfastes des réseaux sociaux, en impliquant activement les citoyens pour mieux comprendre leurs besoins.

7.5. Implication pour la pratique

Au sein de la pratique professionnelle des diététicien-ne-s, cette revue soulève plusieurs éléments essentiels et implications devant être pris en compte dans la prise de charge des patients en cabinet et chez des patients atteints de TCA.

Les réseaux sociaux sont des médias très influents dans le quotidien des utilisateurs, énormément d'informations sont communiquées, tout comme des conseils, des idées et des pratiques. L'alimentation et le comportement alimentaire sont des domaines très présents sur les plateformes et une source majeure de normes. Des régimes et manière de se nourrir sont très présents et diffusés par des influenceurs ayant un énorme impact sur leur communauté. Cette exposition quotidienne peut mener à des comportements alimentaires problématiques tels que la restriction alimentaire, les régimes extrêmes, et à des TCA. Les diététicien-ne-s doivent en être conscient-e-s et contrer ces tendances grâce à des informations basées sur les évidences scientifiques et en aidant leurs patients à adopter des habitudes alimentaires saines et durables. L'alimentation doit perdre cet aspect esthétique et être perçu comme un aspect fonctionnel et vital. De même, les diététicien-ne-s doivent se former à la maîtrise des réseaux sociaux et avoir des compétences médiatiques afin de s'adapter à l'évolution des dernières années. En effet, il n'est pas impossible en tant que professionnel de la santé d'être influencé par des contenus et de se perdre dans le mécanisme de réseaux sociaux.

Si nous devons donner des conseils aux patients concernant l'utilisation des réseaux sociaux, ce serait de premièrement garder son esprit critique face aux contenus qu'il voit. En effet, les réseaux sociaux sont accessibles à tous et chacun peut publier du contenu, partager ses idées et ses pratiques. Cependant, cela ne garantit pas que le contenu soit exact, sûr et réaliste. Sur les réseaux sociaux, il ne faut donc pas omettre sa lucidité, son jugement critique et sa capacité d'analyse. Dans la plupart des cas, les utilisateurs partagent uniquement les aspects positifs de leur vie sur les réseaux sociaux, ce qui peut idéaliser leur existence et susciter des comparaisons et des sentiments d'infériorité chez les autres utilisateurs. De nos jours, les retouches photos et vidéos sont accessibles à tous et peuvent complètement modifier la réalité. De plus, l'utilisateur a le choix de se désabonner ou de supprimer des abonnés, abonnements ou amis. Cette liberté doit être utilisée en cas de mal-être, de sentiment d'infériorité ou de contenu dangereux par les utilisateurs. Ainsi, si un contenu émet un sentiment de mal-être, mieux vaut cliquer sur "supprimer l'abonnement" plutôt que de subir ce contenu.

Deuxièmement, il est crucial de consulter des professionnels diplômés et spécialisés pour toute question concernant son corps et sa santé. Les réseaux sociaux ne remplacent pas les cabinets médicaux et les professionnels.

Depuis plusieurs années, le contenu "body positive" est présent sur les réseaux sociaux, promouvant l'acceptation de soi, de son corps et de son image corporelle, tout en encourageant une vision de soi-même qui n'est pas basée sur des idéaux irréalistes. Ce mouvement doit être soutenu et mis en avant afin d'atteindre le plus grand nombre de personnes possible. Cependant, malgré les efforts déployés, les réseaux sociaux ne sont pas encore des espaces de confiance et de bien-être. Un travail individuel sur l'utilisation des réseaux sociaux doit donc être poursuivi, parallèlement à des campagnes de prévention concernant une alimentation équilibrée et d'autres recommandations de santé.

Tout comme les adultes, les adolescents doivent être sensibilisés et éduqués à l'utilisation des réseaux sociaux et à leurs dangers. Il est primordial de développer leur esprit critique face aux publications, afin qu'ils deviennent autonomes et lucides. La durée d'utilisation est également un point crucial dans cette éducation. En effet, une limitation du temps passé sur les réseaux sociaux devrait être mise en place pour réduire le risque d'addiction, minimiser les

comparaisons et l'insatisfaction corporelle. De plus, cette période de la vie est sensible et cruciale pour la construction de leur relation avec eux-mêmes. Les adolescents doivent donc être encadrés quotidiennement, tant dans le cadre familial que scolaire, pour une utilisation saine des réseaux sociaux.

Les diététicien-ne-s doivent aussi promouvoir chez leur patient une relation saine avec le corps, travailler sur l'image corporelle et l'estime de soi. En effet, la diversité des corps n'est que très peu présente sur les réseaux sociaux, mais ne reflète pas la réalité. Le corps n'est pas qu'une simple apparence mais une maison qui nous permet de vivre. Il est important d'apporter au sein des consultations un aspect body positive.

La prévention sera un grand défi des diététicien-ne-s. Les réseaux sociaux prennent une place énorme dans notre société, mais regorgent de dangers comme des fausses informations nutritionnelles, des idéaux corporels inatteignables et des comportements dangereux pour la santé. Il est évident qu'il faut sensibiliser ses patients mais aussi créer des campagnes de prévention à ce sujet. Il serait intéressant de créer des campagnes digitales afin de s'implanter dans ce média et de diffuser des informations scientifiques et de mettre en garde sur la dangerosité des réseaux.

Dans ce monde digital, les diététicien-ne-s sont des personnes ressources afin d'être un soutien émotionnel auprès des patients, une ressource fiable en nutrition, promouvoir une image corporelle positive, prévenir et éduquer la population, mais aussi participer à la guérison de personnes atteintes de troubles du comportement alimentaire et ayant une relation compliquée avec leur corps.

8. Conclusion

Pour conclure, cette revue parapluie a permis d'examiner en profondeur les recherches sur les associations entre l'utilisation des réseaux sociaux, les comportements alimentaires problématiques et l'image corporelle. Les résultats montrent une corrélation significative entre l'exposition aux réseaux sociaux et une image corporelle négative. En effet, les plateformes numériques favorisent souvent des idéaux de beauté irréalistes et une comparaison sociale constante, ce qui peut exacerber des perceptions corporelles négatives.

L'analyse a également révélé que ces perceptions négatives de l'image corporelle sont souvent à l'origine de comportements alimentaires problématiques, tels que les régimes restrictifs ou les TCA. Les individus qui passent plus de temps sur les réseaux sociaux semblent être plus susceptibles de développer des attitudes et des comportements alimentaires problématiques, en grande partie en raison de l'influence des contenus auxquels ils sont exposés.

En somme, cette revue souligne l'importance de prendre en compte l'impact des réseaux sociaux dans la prévention et le traitement des comportements alimentaires problématiques et des troubles de l'image corporelle. Il est crucial de développer des stratégies d'intervention qui visent à réduire les impacts négatifs des médias sociaux, tout en renforçant une image corporelle positive et des comportements alimentaires équilibrés.

Ainsi, bien que les réseaux sociaux soient un outil puissant de communication et de connexion, leur utilisation doit être encadrée et conscientisée pour prévenir les effets délétères sur l'image corporelle et les comportements alimentaires des utilisateurs. Les futures recherches pourraient approfondir la compréhension de ces dynamiques et explorer des interventions efficaces pour atténuer ces influences négatives.

9. Références

1. Balbi G, Ribeiro N, Schafer V, Schwarzenegger C. Digital Roots: Historicizing Media and Communication Concepts of the Digital Age. Digital Roots. Université du Luxembourg. De Gruyter Oldenbourg; 2021
2. Instagram. About Instagram: Capture, Create & Share What You Love [En ligne]. [cité 19 juin 2024]. Disponible sur: <https://about.instagram.com/>
3. TikTok. À propos de TikTok: TikTok [En ligne]. [cité 19 juin 2024]. Disponible sur: <https://www.tiktok.com/about?lang=fr>
4. Organisation mondiale de la santé. Principaux repères: Troubles mentaux [En ligne]. 2022 [cité 19 juin 2024]. Disponible sur: <https://www.who.int/fr/news-room/fact-sheets/detail/mental-disorders>
5. Office fédéral de la santé publique. Prévalence des troubles alimentaires en Suisse [En ligne]. 2022 [cité 19 juin 2024]. Disponible sur: <https://www.bag.admin.ch/bag/fr/home/gesund-leben/gesundheitsfoerderung-und-praevention/koerpergewicht/essstoerungen.html>
6. Hootsuite. Social Media Marketing & Management Dashboard. Glossaire des médias sociaux : toutes les définitions à connaître en 2021. [En ligne] 2021.[cité 19 juin 2024] Disponible sur: <https://blog.hootsuite.com/fr/glossaire-des-medias-sociaux/>
7. Safko L, Brake DK. The social media bible: tactics, tools, and strategies for business success [En ligne]. Hoboken, NJ: Wiley; 2009. 821 p. [cité 19 juin 2024]. Disponible sur: <http://msport04.free.fr/Books/The%20Social%20Media%20Bible.pdf>
8. Engel E, Gell S, Heiss R, Karsay K. Social media influencers and adolescents' health: A scoping review of the research field. Social Science & Medicine. 2024;340:116387.doi: [10.1016/j.socscimed.2023.116387](https://doi.org/10.1016/j.socscimed.2023.116387)
9. Powell J, Pring T. The impact of social media influencers on health outcomes: Systematic review. Social Science & Medicine.2024;340:116472. DOI: [10.1016/j.socscimed.2023.116472](https://doi.org/10.1016/j.socscimed.2023.116472)
10. Beveridge C. Social Media Marketing & Management Dashboard: Plus de 160 statistiques sur les réseaux sociaux [En ligne]. 2023 [cité 19 juin 2024].Disponible sur: <https://blog.hootsuite.com/fr/statistiques-sur-les-medias-sociaux-pour-marketeurs/>
11. Dixon S.J. Statista : Global Instagram user age & gender distribution [En ligne]. [cité 19 juin 2024]. Disponible sur: <https://www.statista.com/statistics/248769/age-distribution-of-worldwide-instagram-users/>
12. Dixon S.J. Statista: Most popular social networks worldwide [En ligne]. 2023 [cité 19 juin 2024]. Disponible sur: <https://www.statista.com/statistics/272014/global-social-networks-ranked-by-number-of-users/>
13. Renou RP. Facebook : the social network, et un peu plus. La Cause du Désir [En ligne]. 2014;87(2):27-30. [cité 18 juin 2024]. Disponible sur: <https://www.cairn.info/revue-la-cause-du-desir-2014-2-page-27.htm>
14. Meta. À propos de la description de la méthodologie de Facebook [En ligne]. [cité 18 juin 2024].Disponible sur: <https://fr-fr.facebook.com/business/help/785455638255832>
15. Snelson C. YouTube Across the Disciplines: A Review of the Literature [En ligne]. 2011;7(1). [cité 18 juin 2024].Disponible sur: https://scholarworks.boisestate.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1010&context=edtech_facpubs.
16. X. À propos de X. Notre entreprise et nos priorités [En ligne]. [cité 6 juillet 2024]. Disponible sur: <https://about.x.com/fr>
17. Dictionnaire de français Larousse. Encyclopédie et dictionnaires gratuits [En ligne] Paris. [cité 4 mai 2024]. Disponible sur: <https://www.larousse.fr/dictionnaires/francais/comportement/17728>
18. Le Robert [En ligne]. [cité 4 décembre 2023]. Éditions Le Robert - Dictionnaire Le Robert. Disponible sur: <https://www.lerobert.com/>
19. Morange-Majoux F. Le comportement alimentaire. Manuel visuel de psychophysiologie [En ligne]. Paris: Dunod; 2017 [cité 4 décembre 2023]. p. 147 62. Disponible sur:

- <https://www.cairn.info/manuel-visuel-de-psychophysiologie--9782100765423-p-147.htm>
20. Gauthier DC. C'est quoi le comportement alimentaire [En ligne]. 2022 [cité 4 décembre 2023]. Disponible sur: https://www.groupe-uneo.fr/sites/default/files/Resource-library/Pdf%20obesit%C3%A9/En_savoir_plus_Comportement_Alimentaire.pdf
 21. Luquet S. Régulation de la prise alimentaire. Nutrition Clinique et Métabolisme. [En ligne]. 2008 [cité 5 décembre 2023]. 22(2):52-8. Disponible sur: <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0985056208000435>
 22. Lavalie M, Salesse R. Neurobiologie de la prise alimentaire [En ligne]. 2015 [cité 5 décembre 2023]. Disponible sur: <https://hal.inrae.fr/hal-02801451/document>
 23. Apferdorfer G, Zermati J-P. La restriction cognitive face à l'obésité. Histoire des idées, description clinique. | G.R.O.S. [En ligne]. [cité 16 juin 2024]. Disponible sur: <https://www.gros.org/la-restriction-cognitive-face-lobesite-histoire-des-idees-description-clinique>
 24. Stice E. A Prospective Test of the Dual-Pathway Model of Bulimic Pathology: Mediating Effects of Dieting and Negative Affect. Journal of Abnormal psychology. 2001;110(1):124-135. DOI: 10.1023//0021-843X.110.1.124
 25. Organisation mondiale de la santé. Principaux repères: Troubles mentaux [En ligne]. 2022 [cité 4 décembre 2023]. Disponible sur: [Troubles mentaux \(who.int\)](https://www.who.int/fr/actualites/maladies/troubles-mentaux)
 26. Office fédéral de la santé publique. Prévalence des troubles alimentaires en Suisse [En ligne]. 2022 [cité 4 décembre 2023]. Disponible sur: <https://www.bag.admin.ch/bag/fr/home/gesund-leben/gesundheitsfoerderung-und-praevention/koerpergewicht/essstoerungen.html>
 27. Crocq MA, Guelfi JD. DSM-5: manuel diagnostique et statistique des troubles mentaux. 5e éd. Issy-les-Moulineaux: Elsevier Masson; 2015.
 28. Ackard DM, Fulkerson JA, Neumark-Sztainer D. Psychological and behavioral risk profiles as they relate to eating disorder diagnoses and symptomatology among a school-based sample of youth. Int J Eat Disord. 2011;44(5):440-6. DOI: 10.1002/eat.20846
 29. Editions Larousse [En ligne] Dictionnaire de français Larousse. édition 2024 Vanves. 2024 [cité 16 juin 2024]. Disponible sur: <https://www.larousse.fr/dictionnaires/francais/pr%C3%A9occupation/63589>
 30. Lydecker JA, Simpson L, Smith SR, White MA, Grilo CM. Preoccupation in Bulimia Nervosa, Binge-Eating Disorder, Anorexia Nervosa, and Higher Weight. Int J Eat Disord. janv 2022;55(1):76-84. doi: 10.1002/eat.23630
 31. Essence E. Managing Food Preoccupation. Eating Essence. [En ligne] 2022 [cité 16 juin 2024]. Disponible sur: <https://eatingessence.ca/2022/05/02/managing-food-preoccupation/>
 32. Régime alimentaire : Définition simple et facile du dictionnaire [En ligne]. 2021 [cité 16 juin 2024]. Disponible sur: <https://www.linternaute.fr/dictionnaire/fr/definition/regime-alimentaire/>
 33. Editions Larousse. [En ligne]. éditions 2024. Vanves. 2024. [cité 16 juin 2024]. Disponible sur: https://www.larousse.fr/encyclopedie/medical/r%C3%A9gime_alimentaire/15803
 34. Attia E, Walsh BT. Trouble d'évitement/de restriction de la consommation alimentaire. Troubles mentaux. Manuels MSD pour le grand public. [En ligne]. 2022. [cité 16 juin 2024]. Disponible sur: <https://www.msmanuals.com/fr/accueil/troubles-mentaux/troubles-des-conduites-alimentaires/trouble-d'évitement-de-restriction-de-la-consommation-alimentaire>
 35. Psychology C. Les restrictions alimentaires. Connecte Psychology. [En ligne]. 2024 [cité 16 juin 2024]. Disponible sur: <https://connectepsychology.com/fr/2024/02/26/les-restrictions-alimentaires/>
 36. La nouvelle république. Régimes minceur sur les réseaux sociaux : une tendance inquiétante pour les spécialistes. [En ligne]. 2024 [cité 16 juin 2024]. Disponible sur:

<https://www.lanouvellerepublique.fr/a-la-une/regimes-minceur-sur-les-reseaux-sociaux-une-tendance-inquietante-pour-les-specialistes>

37. Grogan S. Body Image: Understanding Body Dissatisfaction in Men, Women and Children. 2021. doi:10.4324/9781003100041
38. Holland G, Tiggemann M. A systematic review of the impact of the use of social networking sites on body image and disordered eating outcomes. 2016;17:100-10. doi: [10.1016/j.bodyim.2016.02.008](https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2016.02.008)
39. Fardouly J, Diedrichs PC, Vartanian LR, Halliwell E. Comparaisons sociales sur les médias sociaux : l'impact de Facebook sur les préoccupations et l'humeur des jeunes femmes en matière d'image corporelle. Image corporelle. 2015 ; 13 : 38–45. doi : [10.1016/j.bodyim.2014.12.002](https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2014.12.002).
40. Cohen R, Irwin L, Newton-John T, Slater A. #bodypositivity: A content analysis of body positive accounts on Instagram. Body Image.2019;29:47–57. doi: [10.1016/j.bodyim.2019.02.007](https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2019.02.007)
41. Griffiths S, Stefanovski A. Thinspiration and fitspiration in everyday life: An experience sampling study. Body Image. 2019;30:135-44. doi: [10.1016/j.bodyim.2019.07.002](https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2019.07.002)
42. Thompson JK, Heinberg L, Altabe M, Tantleff-Dunn S, Exacting beauty: theory, assessment and treatment of body image disturbance. American Psychological Association. Washington, DC. 1999.
43. Thompson JK, et al. Thin-Ideal Internalization: Mounting Evidence for a New Risk Factor for Body-Image Disturbance and Eating Pathology. Current Direction in Psychological Science. 2001. 10, 181-183. doi: [10.1111/1467-8721.00144](https://doi.org/10.1111/1467-8721.00144)
44. Leahey TM, et al. The Frequency, Nature, and Effects of Naturally Occurring Appearance-Focused Social Comparisons. Behav Ther. 2007. doi: DOI: [10.1016/j.beth.2006.06.004](https://doi.org/10.1016/j.beth.2006.06.004)
45. Blanchard L, et al. Associations between social media, adolescent mental health, and diet: A systematic review. Obesity reviews : an official journal of the International Association for the Study of Obesity. 2023. doi: [10.1111/obr.13631](https://doi.org/10.1111/obr.13631)
46. Cataldo I, et al. Social Media Usage and Development of Psychiatric Disorders in Childhood and Adolescence: A Review. Front Psychiatry. 2020. doi: [10.3389/fpsy.2020.508595](https://doi.org/10.3389/fpsy.2020.508595).
47. Engel E, et al. Social media influencers and adolescents' health: A scoping review of the research field. Soc Sci Med. 2024;340:116387. doi: [10.1016/j.socscimed.2023.116387](https://doi.org/10.1016/j.socscimed.2023.116387).
48. Hinojo-Lucena FJ, et al. Problematic Internet Use as a Predictor of Eating Disorders in Students: A Systematic Review and Meta-Analysis Study. Nutrients. 2019;11(9):2151. doi: [10.3390/nu11092151](https://doi.org/10.3390/nu11092151)
49. Ioannidis K, et al. Problematic usage of the internet and eating disorder and related psychopathology: A multifaceted, systematic review and meta-analysis. Neurosci Biobehav Rev. 2021;125:569-81. doi: [10.1016/j.neubiorev.2021.03.005](https://doi.org/10.1016/j.neubiorev.2021.03.005)
50. Jerónimo F, Carraça EV. Effects of fitspiration content on body image: a systematic review. Eat Weight Disord. 2022;27(8):3017-35. doi: [10.1007/s40519-022-01505-4](https://doi.org/10.1007/s40519-022-01505-4).
51. Rounsefell K, et al. Social media, body image and food choices in healthy young adults: A mixed methods systematic review. Nutr Diet. 2020;77(1):19-40. doi: [10.1111/1747-0080.12581](https://doi.org/10.1111/1747-0080.12581)
52. Wu Y, et al. Digging into digital buffets: A systematic review of eating-related social media content and its relationship with body image and eating behaviours. Body Image. 2024;48:101650. doi: [10.1016/j.bodyim.2023.101650](https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2023.101650)
53. Zhang J, et al. The Relationship Between SNS Usage and Disordered Eating Behaviors: A Meta-Analysis. Front Psychol. 2021;12:641919. doi: [10.3389/fpsyg.2021.641919](https://doi.org/10.3389/fpsyg.2021.641919)

54. Mukbang noun. Definition, pictures, pronunciation and usage notes. Oxford Advanced Learner's Dictionary [En ligne]. [cité 8 juillet 2024]. Disponible sur: <https://www.oxfordlearnersdictionaries.com/definition/english/mukbang>

10. Annexes

Annexe 1 : Protocole

Protocole de Travail de Bachelor

**Quelle est l'association entre l'utilisation
des réseaux sociaux et le comportement alimentaire
chez les femmes adolescentes et adultes ?”**

Célia JACCARD

Laetitia STOCCO

**Sous la direction de : Dr. Isabelle Carrard, Professeure HES
et directrice de TBSc attitrée**

20 décembre 2023

Table des matières

- 1. Résumé**
- 2. Introduction**
 - 2.1 Les comportements alimentaires
 - 2.2 Les réseaux sociaux
 - 2.3 Comportements alimentaires et réseaux sociaux
 - 2.4 Justification du thème
 - 2.5 But du travail & objectifs:
- 3. Question de recherche**
- 4. Méthode**
 - 4.1 Introduction
 - 4.2 Design de l'étude
 - 4.3 Méthodes de sélection des articles
- 5. Considérations éthiques**
- 6. Ressources & Budgets**
 - 6.1 Ressources
 - 6.2 Budget
- 7. Bibliographie**
- 8. Annexes**

Annexe 1: Diagramme de Gantt

Annexe 2 : JBI Critical appraisal checklist for systematic reviews and research syntheses

Annexe 3 : Tableau récapitulatif des revues systématiques :

1. Résumé

Introduction

Depuis les années 2000, notre quotidien a été bouleversé par la digitalisation. Cela a modifié notre manière de communiquer, de se divertir, de s'informer mais aussi de consommer. En novembre 2023, 515 millions de posts contenaient le #food sur Instagram. Sur Tiktok, le #food a comptabilisé pas moins de 675 milliards de vues, à la même période de l'année. Le constat est clair, il y a une forte consommation du contenu alimentaire sur les réseaux sociaux. Ainsi, cette forte présence médiatique ne peut pas être sans conséquences sur notre quotidien, nos habitudes, notre manière de nous nourrir, d'appréhender l'alimentation ou encore de créer nos assiettes.

D'autre part, l'Organisation mondiale de la santé recense pas moins de 14 millions de personnes touchées par des troubles du comportement alimentaire dans le monde, en 2019. L'insatisfaction corporelle amène à des régimes et des restrictions alimentaires, qui sont une porte d'entrée aux troubles du comportement alimentaire et une relation problématique avec l'alimentation.

But

Ce travail de Bachelor a pour but de s'intéresser à l'association entre l'utilisation des réseaux sociaux comme Tiktok, Instagram, Facebook ou encore Twitter et les comportements alimentaires problématiques, à travers une revue quasi-systématique de type Umbrella. Le but sera de comprendre comment les réseaux sociaux influencent notre comportement alimentaire, quelles en sont les répercussions et pourquoi.

Les objectifs seront premièrement de sélectionner les revues systématiques pertinentes qui abordent la thématique de notre question de recherche. Ensuite, nous allons analyser leur qualité et extraire les résultats pertinents, pour les synthétiser. Les résultats devront permettre de répondre à notre questionnement, ainsi de savoir s'il y a une association entre l'utilisation des réseaux sociaux et les comportements alimentaires problématiques. Ensuite, nous investiguerons les mécanismes expliquant les liens trouvés.

Question de recherche

“Quelle est l'association entre l'utilisation des réseaux sociaux et le comportement alimentaire chez les femmes adolescentes et adultes ?”

Méthode

Nous effectuerons une revue de littérature de type “Umbrella”. Au vu des nombreuses revues systématiques existantes, abordant différents angles de notre thématique, nous avons décidé de ne sélectionner que des revues systématiques afin de répondre à notre question de recherche. Les bases de données utilisées seront Pubmed et Psycinfo et nos recherches se feront grâce à une liste de mots clés et de filtres. Grâce à des critères d'inclusion et d'exclusion, nous sélectionnerons les revues pertinentes. Ensuite, nous allons extraire les résultats des revues sélectionnées, puis les synthétiser. La grille JBI nous aidera ensuite à évaluer la qualité des études incluses.

2. Introduction

2.1 Les comportements alimentaires

A travers ce travail de Bachelor, nous aborderons la problématique des comportements alimentaires et de ses troubles associés. Afin de définir le comportement alimentaire, nous allons pouvoir diviser le terme en deux parties. Tout d'abord le terme "comportement" se définit, selon le Larousse, comme tel : " manière d'être, d'agir ou de réagir des êtres humains, d'un groupe, des animaux" (1). Pour le deuxième terme "alimentaire" le Robert le définit comme : "Tout ce qui est relatif à l'alimentation" (2). De manière générale, nous pouvons donc dire que le comportement alimentaire met en lien la consommation des aliments avec toutes les conduites qu'un individu peut adopter face à celles-ci (3).

Différentes dimensions font parties du comportement alimentaire :

- Besoins biologiques, énergétiques et nutritionnels
- Hédonique (plaisir) : affective et émotionnelle
- Symbolique : psychologique, relationnel et culturel

L'ensemble de ces dimensions permet d'entretenir un bien-être physique, psychologique et social (4). De ce fait, elles influencent le comportement alimentaire, et ce dans l'entièreté de la population (4).

En effet, une partie de la régulation de la prise alimentaire se fait par le biais du système nerveux central (SNC) qui va gérer les différents signaux hormonaux tels que la faim et la satiété à l'aide des hormones suivantes : leptine, ghréline et insuline. Cependant, un autre système participe à la régulation de la prise alimentaire : le système mésolimbique dopaminergique, aussi appelé système de récompense du cerveau. C'est dans ce dernier que se produisent tous les aspects hédoniques en lien avec l'alimentation (5). Lors de la consommation d'aliments agréables au goût, une libération de dopamine aura lieu (6). De ce fait, le mécanisme de prise alimentaire va engendrer deux impacts sur les émotions : cela va permettre de la gérer (calmer, contrôler l'émotion) ou alors d'en générer (apporter du plaisir lorsque tout va mal) (4). L'impact de l'alimentation sur les émotions n'est pas négligeable. En effet, l'alimentation peut devenir, pour certaines personnes, un réconfort et le fait de manger peut devenir un mécanisme de protection ou de compensation. De ce fait, certaines personnes vont se plonger dans la nourriture afin de fuir ou de changer certaines émotions qu'elles peuvent ressentir. Ainsi, cela peut engendrer ce qu'on appelle un trouble des conduites alimentaires, aussi appelé trouble du comportement alimentaire (TCA), qui peut être, ou non, associé à ce système hédonique.

Une autre voie, concernant les troubles de la conduite alimentaire, serait en lien avec l'insatisfaction de son image corporelle. En effet, l'insatisfaction corporelle engendre, dans la majorité du temps, un souhait de perte de poids, via une restriction alimentaire chez les personnes concernées. Cependant, le fait de se restreindre et/ou de suivre un régime particulier peut créer des pensées négatives, liées à des échecs de perte de poids et des difficultés à suivre le régime mis en place. Il a été démontré que de faire des régimes de restriction pouvaient engendrer des risques de troubles du comportement alimentaires associés à cette insatisfaction corporelle et le désir de "corps parfait" (7).

Pour parler des troubles du comportement alimentaire (TCA), ces derniers touchent 14 millions de personnes en 2019 selon l'Organisation mondiale de la santé (OMS) (8). En Suisse, l'Office fédérale de la santé publique recense 3,5% de personnes domiciliées en Suisse, souffrant d'un trouble du comportement alimentaire durant leur vie (9). De plus, nous pouvons constater que les troubles du comportement alimentaire touchent plus facilement les femmes que les hommes. En effet, en Suisse, l'anorexie mentale touche 1.2% des femmes contre 0.2% des hommes, la boulimie 2.4% des femmes contre 0.9% des hommes et l'hyperphagie boulimique touche 2.4% des femmes contre 0.7% des hommes (9). C'est donc à la suite de ces résultats que nous souhaitons nous pencher plus particulièrement sur les femmes dans notre travail.

Selon le manuel diagnostique et statistique des troubles mentaux 5 (DSM-5) (10): les troubles de la conduite alimentaire et de l'ingestion d'aliments se définissent par: "des perturbations persistantes de l'alimentation ou du comportement alimentaire entraînant un mode de consommation pathologique ou une absorption de nourriture délétère pour la santé physique ou le fonctionnement social." Le DSM-5 distingue trois troubles alimentaires: anorexie mentale (AM), boulimie (B) et hyperphagie boulimique (BED).

L'anorexie mentale est caractérisée par trois critères (10):

- une restriction prolongée des apports énergétiques
- une peur intense de prendre du poids ou de devenir gros ou un comportement persistant interférant avec la prise de poids
- par une altération de la perception du poids ou de la forme de son propre corps.

Il existe 2 types d'anorexie mentale, le restrictif et l'accès hyperphagiques / purgatifs. La sévérité est gradué par la mesure de l'indice de masse corporelle (IMC) (10) :

- Léger: $IMC \geq 17 \text{ kg/m}^2$
- Moyen: $IMC 16 - 16.99 \text{ kg/m}^2$
- Grave: $IMC 15 - 15.99 \text{ kg/m}^2$
- Extrême: $IMC < 15 \text{ kg/m}^2$

La boulimie, elle, se caractérise par (10):

- La survenue récurrente d'accès hyperphagiques (crises de boulimie)
- Des comportements compensatoires inappropriés et récurrents visant à prévenir la prise de poids (Vomissements, emploi abusif de laxatifs, diurétiques ou autre médicaments, exercice physique excessif, jeûne)
- La fréquence des accès hyperphagiques et comportements compensatoires: en moyenne au moins une fois par semaine durant trois mois
- L'estime de soi est influencée de manière excessive par le poids et la forme corporelle
- Le trouble ne survient pas exclusivement pendant des épisodes d'anorexie mentale.

L'hyperphagie boulimique se caractérise par (10):

- La survenue récurrente d'accès hyperphagiques
- Les accès hyperphagiques sont associés à au moins trois caractéristiques suivantes
 - manger beaucoup plus rapidement que la normale
 - manger jusqu'à éprouver une sensations pénible de distension abdominale
 - manger de grandes quantités de nourriture en l'absenc d'une sensation physique de faim
 - manger seul parce que l'on est gêné de la quantité de nourriture que l'on absorbe
 - se sentir dégoûté de soi-même, déprimé ou très coupable après avoir mangé
- Les accès hyperphagiques entraînent une détresse marquée
- Les accès hyperphagiques surviennent, en moyenne, au moins une fois par semaine pendant 3 mois
- Les accès hyperphagiques ne sont pas associés au recours régulier à des comportements compensatoires inappropriés comme dans la boulimie et ne surviennent pas exclusivement au cours de la boulimie ou de l'anorexie mentale

Même si ces diagnostics représentent des comportements pathologiques situés à l'extrême d'un continuum, nous sommes tous sujet à avoir un comportement alimentaire plus ou moins adéquat et notre rapport avec l'alimentation et notre corps peut varier au cours de notre vie avec des conséquences pour notre santé physique et psychologique (11).

2.2 Les réseaux sociaux

Depuis les années 2000, notre quotidien a été bouleversé par la digitalisation. Cela a modifié notre manière de communiquer, de se divertir, de s'informer mais aussi de consommer (12).

Les réseaux sociaux se définissent comme: “ Des activités, des pratiques et des comportements de communautés de personnes, qui se réunissent en ligne afin de partager des informations, des connaissances et des opinions.” Ils utilisent des sites internet et des applications, qui permettent de partager facilement et rapidement du contenu sous forme d'audio, de vidéos, d'images ou encore de mots (13).

Leurs impacts dans notre manière de vivre et d'être ne sont pas négligeables, les réseaux ont modifié notre fonctionnement, ils ont créé un sentiment de dépendance émotionnelle et psychologique à publier et partager sa vie privée (12).

L'utilisation des réseaux sociaux ne cesse de croître depuis plusieurs années. En novembre 2023, 5,3 milliards de personnes sont connectées à internet contre 4,9 milliards en 2022 (2). Les réseaux sociaux comptent 4,95 milliards d'utilisateurs à travers le monde, c'est-à-dire que près de 60% de la population mondiale les utilise (14). Les applications les plus connues et les plus utilisées sont Facebook, Youtube, Instagram, Tiktok. et X, anciennement Twitter (15). Facebook a été créé en 2004 au sein de l'Université de Harvard par Marc Zuckerberg et a été accessible à tous en 2006 (16). En effet, Facebook est le réseau social le plus utilisé encore de nos jours. (Statista) A travers le fil d'actualité, les utilisateurs peuvent partager, discuter avec des “amis”, il existe des comptes personnels et professionnels où chacun peut publier des photos, vidéos ou du texte. Facebook permet aussi de créer des groupes, où des personnes se réunissent pour partager autour d'une thématique spécifique (17).

Youtube lui a été créé en 2005 par des américains, ce réseau est spécifique au partage de vidéos. Ainsi, chaque utilisateur a la possibilité de filmer, monter et publier sa vidéo sur Youtube. Cette plateforme permet de trouver des vidéos au sujet éducatif, comme pour apprendre des langues, plutôt divertissantes avec des jeux, informatives, et bien d'autres thématiques (18). Instagram est un réseau social, dont le contenu était au début axé sur le partage d'images et qui a maintenant ouvert son champ avec la possibilité de partager des vidéos, des photos et films instantanés, des musiques et qui permet aussi le partage de publications entre abonnés privés et des discussions avec nos abonnés (19). Tiktok est un réseau plus récent qui permet la diffusion de vidéos de courte durée, c'est-à-dire entre quelques secondes et 3 minutes (20). Elle a été l'application la plus téléchargée dans le monde en 2022 (21).

“X”, anciennement appelé Twitter, a été créé en 2006, ce réseau de microblogging permet de partager des messages courts et brefs sur différents sujets (1).

Dans le monde, environ 2 heures et 28 minutes sont consacrées par jour à l'utilisation des réseaux par personne (22). Début 2023, 27,8 % des utilisateurs d'instagram étaient des femmes âgées entre 18 et 34 ans et 33,3 % des hommes de la même tranche d'âge. Ils représentent pour chacun des deux genres, la tranche d'âge la plus présente sur le réseau. La tranche d'âge la moins présente est les personnes de 65 ans et plus avec 2,6% de présence. Les adolescents de 13 à 17 ans représentent 8% des utilisateurs des réseaux sociaux en janvier 2023 (23).

Grâce à ces résultats, nous pouvons souligner l'impact qu'ont les réseaux sociaux sur notre quotidien, sur notre vie sociale, notre manière de communiquer et de s'informer. Évidemment son impact n'a pas échappé à l'alimentation et le comportement alimentaire, c'est sur ce sujet que notre travail sera axé.

2.3 Comportements alimentaires et réseaux sociaux

Nous avons pu constater que les réseaux sociaux ont pris une grande place dans notre société ces dernières années. De plus, des études ont démontré que posséder un réseau social peut-être corrélé avec le bien-être psychologique et physique ainsi qu'avoir des impacts sur la santé de manière générale (24). En effet, l'accès à l'information de manière continue permet aux utilisateurs de trouver tout ce qu'ils recherchent et donc de répondre à leurs besoins (24).

Sur les réseaux sociaux, nous pouvons retrouver tout type de contenu et de thématiques, telles que le sport, l'alimentation ou même le mouvement “bodypositive” qui sont les trois thématiques qui sont les plus en lien avec les comportements alimentaires.

De nombreuses études et revues systématiques ont examiné le lien entre les réseaux sociaux et les comportements alimentaires. L'association entre l'utilisation des réseaux sociaux et le rapport aux corps de chaque utilisateur peut influencer l'adoption de comportements alimentaires problématiques ou spécifiques, décrits auparavant (25). Certaines études abordent même l'influence que peut avoir les réseaux sociaux sur les choix alimentaires des utilisateurs (26).

Plusieurs revues systématiques ont également examiné les liens entre réseaux sociaux et comportements alimentaires, avec des pistes de recherche et des outcomes différents tels que : l'impact sur le développement et la perception de son image corporelle ou l'aggravation des troubles du comportements alimentaires (27) ; ou encore la prédiction de développer ou d'aggraver des troubles du comportement alimentaire en fonction de l'utilisation d'internet (28).

2.4 Justification du thème

Depuis plusieurs années, l'utilisation des réseaux sociaux ne cesse de croître. Nous sommes tous et toutes connectés avec le monde entier (25). Un nombre indéfini de thématiques sont abordées au sein des médias sociaux chaque jour et l'alimentation n'y échappe pas (24). En effet, en novembre 2023, 515 millions de posts contenaient le #food sur Instagram (19). Sur Tiktok, le #food a comptabilisé pas moins de 675 milliards de vues, à la même période de l'année (20). Le constat est clair, il y a une forte consommation du contenu alimentaire sur les réseaux sociaux aujourd'hui. Ainsi, cette forte présence médiatique ne peut pas être sans conséquences sur notre quotidien, nos habitudes, notre manière de nous nourrir, d'appréhender l'alimentation ou encore de créer nos assiettes. Cette curiosité nous a amené à nous intéresser à cette thématique. De plus, au vu de la place de l'alimentation sur les réseaux sociaux, il est primordial en tant que diététicien·e·s d'y être au minimum sensibilisé et d'en être conscient.

Après nos premières recherches, nous avons constaté qu'un grand nombre de revues systématiques existaient au sujet de cette thématique, mais avec des angles différents. Ainsi, nous avons fait le choix, dans ce travail, d'appréhender l'ensemble des revues existantes abordant ce thème. De ce fait, nous avons dirigé notre travail sur une revue systématique de type parapluie.

2.5 But du travail & objectifs:

Le but de notre travail est de s'intéresser à l'association entre l'utilisation des réseaux sociaux et le comportement alimentaire chez les femmes adolescentes et adultes, à travers une Umbrella review, c'est-à-dire une revue systématique de plusieurs revues systématiques.

Les objectifs seront de premièrement sélectionner les revues systématiques pertinentes et qui abordent la thématique de notre question de recherche. Ensuite, nous allons analyser leur qualité et extraire les résultats pertinents, pour les synthétiser. Les résultats devront permettre de répondre à notre questionnement qui est de savoir s'il y a une association entre l'utilisation des réseaux sociaux et les comportements alimentaires. Ensuite, nous investiguerons les mécanismes expliquant les liens trouvés.

3. Question de recherche

“ Quelle est l'association entre l'utilisation des réseaux sociaux et le comportement alimentaire chez les femmes adolescentes et adultes ?”

Sous forme PEO: Population, exposition, outcome

P: Les femmes adolescentes et adultes

E: Utilisation des réseaux sociaux
O: Le comportement alimentaire

4. Méthode

4.1 Introduction

Afin d'effectuer ce travail de manière claire et définie, il est essentiel de décrire notre méthodologie de travail.

Il est important de notifier que la méthodologie, décrite dans ce document, n'est pas figée jusqu'à la fin du travail. En effet, des modifications pourront être faites, une souplesse est permise pour autant que cela soit pertinent et approprié.

Après avoir effectué les premières recherches, défini le but de notre travail et les objectifs, nous avons pu définir clairement notre question de recherche. A partir de la question de recherche, nous avons créé notre équation de recherche avec les Mesh Term sélectionnés. La sélection d'articles se fait grâce à l'équation de recherche, les critères d'inclusion et d'exclusion et le screening en lisant les titres et les abstracts, puis les articles. Pour répondre à notre question de recherche, il faudra s'atteler à la lecture des revues sélectionnées, analyser leur qualité et extraire les résultats pertinents. Le but final sera, grâce à nos recherches, de répondre à notre question et de rendre notre travail utile pour la pratique professionnelle.

Notre méthode de travail au sein du binôme sera basée sur une distribution des tâches de manière équitable, planifiée au sein d'un document avec des délais clairs. Nous échangerons au minimum une fois par semaine pour effectuer un retour sur le travail de chacune. Une communication optimale et un climat serein seront prioritaires. De plus, des rendez-vous ponctuels sont prévus avec la directrice du travail de Bachelor, Isabelle Carrard, afin de nous guider, de pouvoir répondre à d'éventuelles interrogations et de nous apporter son expérience.

Afin de structurer au mieux ce travail de Bachelor, nous avons créé un diagramme de Gantt avec les différentes échéances et étapes (Annexe 1). Ce diagramme nous permettra d'avoir une structure claire et définie, d'être un appui dans notre organisation et d'avancer de manière continue.

Tout au long de la rédaction de ce travail, plusieurs séminaires sont organisés au sujet de l'évaluation du protocole, des résultats, de la discussion et des poster-abstract afin de partager avec des personnes ayant un regard extérieur et de pouvoir s'améliorer dans la qualité du travail fourni.

4.2 Design de l'étude

Design: Revue systématique de type revue parapluie ("umbrella review")

Une revue systématique est une revue qui permet de synthétiser des informations de plusieurs études afin de répondre à une question de recherche.

Lors de nos premières recherches, nous avons constaté qu'un grand nombre de revues systématiques existaient au sujet de notre thématique, mais dans des domaines variés. De ce fait, nous avons décidé d'effectuer une revue systématique de type "Umbrella", ce qui consiste à garder la procédure et la construction d'une revue systématique, cependant les articles sélectionnés seront uniquement des revues systématiques et/ou des méta-analyses. Ainsi, nous recueillons les informations, données et résultats des revues systématiques déjà effectuées afin de les analyser et d'en ressortir les informations actuelles, de les synthétiser et de répondre à notre question de recherche.

4.3 Méthodes de sélection des articles

4.3.1 Identification des études

Afin de récolter les études dont nous aurons besoin lors de la rédaction de notre travail, 2 bases de données seront sélectionnées : Pubmed et PsycInfo.

Pubmed nous permettra de retrouver un grand nombre de sources dans les domaines scientifique et médical alors que PsycInfo se concentre spécifiquement sur la dimension psychologique, ce qui s'avère pertinent dans le cadre de notre travail portant sur les comportements alimentaires.

Plusieurs mots-clés ont été retenus afin de réaliser les recherches scientifiques associées à notre thématique. Voici un tableau englobant tous ces mots-clés ainsi que leur traduction en anglais et en MeSH Terms :

Concepts	Français	Anglais*	Thésaurus HeTOP (Pubmed)	Thésaurus APA (PsycInfo)
Réseaux sociaux	Réseaux sociaux	Social media	Social Network Social Networking	Social media
	Trouble de la dépendance à Internet	Internet addiction disorder	N'existe pas	Internet addiction disorder
	Instagram	Instagram	N'existe pas	N'existe pas
	Facebook	Facebook	N'existe pas	N'existe pas
	Twitter	Twitter	N'existe pas	N'existe pas
	Tiktok	Tiktok	N'existe pas	N'existe pas
Comportements alimentaires	Troubles alimentaires	Eating disorders	Feeding and eating disorders Eating disorders	N'existe pas
	Comportement alimentaire	Feeding behavior	Feeding behavior Food craving	Feeding behavior

	Régime (faire)	Dieting	N'existe pas	N'existe pas
	Choix alimentaires	Food choices	N'existe pas	N'existe pas
	Alimentation émotionnelle	Emotional eating	N'existe pas	N'existe pas

* DeepL pour la traduction anglaise

De ce fait, nous avons pu poser notre équation de recherche dans le moteur de recherche PubMed. Cette dernière se présente comme telle :

((social media) OR (internet addiction disorder) OR (Instagram) OR (Tiktok) OR (Facebook) OR (Twitter) OR (social network) OR (social networking)) AND ((eating disorders) OR (feeding and eating disorders) OR (feeding behavior) OR (food craving) OR (dieting) OR (food choices) OR (emotional eating))

Cette équation de recherche nous donne 4'424 résultats sans filtre sélectionné.

Au vu de notre travail qui consiste à réaliser une revue systématique de type "Umbrella", le filtre que nous avons sélectionné est le suivant : "Revue systématique". De plus, nous avons décidé de sélectionner les études écrites en langue anglaise et française, elles représentaient 98,7% des résultats . De ce fait, nous nous retrouvons avec un total de 149 revues systématiques à analyser et trier en fonction des critères d'inclusion et d'exclusion définis par le binôme.

Au sein de la base de données de PsycInfo, nous avons posé l'équation de recherche suivante:

((social media) OR (internet addiction disorder) OR (Instagram) OR (Tiktok) OR (Facebook) OR (Twitter) OR (social network) OR (social networking)) AND ((eating disorders) OR (feeding and eating disorders) OR (feeding behavior) OR (food craving) OR (dieting) OR (food choices) OR (emotional eating))

Cependant, seulement trois revues systématiques ont été recensées, de plus, ces études étaient totalement hors sujet. PsycInfo est une base de données très intéressante pour des références psycho-sociales, cependant, elle ne référence que très peu de revues systématiques et Meta-analyses. Nous n'allons ainsi pas extraire d'études sur PsycInfo, pour répondre à notre question de recherche, toutefois, nous l'utiliserons dans notre cadre de référence.

La stratégie de sélection des études optimales pour notre travail sera en premier temps de sélectionner les articles dans la liste de résultats obtenue à la suite de notre équation et du filtre sélectionné et des critères d'inclusion et d'exclusion que nous aurons choisis au préalable. Tout d'abord, nous allons effectuer un premier tri en fonction des titres des revues systématiques proposées, ensuite nous ferons une sélection plus approfondie en fonction de l'abstract des revues systématiques retenues et finalement de la lecture approfondie des revues restantes.

Ces tâches seront effectuées par chacune d'entre nous séparément afin d'obtenir une double vérification des revues sélectionnées et d'en discuter entre-nous lors d'une mise en commun

au terme de nos sélections. Nous pourrions également en discuter avec notre directrice de travail en cas de désaccord ou de doute par rapport aux revues sélectionnées.

4.3.2 Critères d'inclusion et d'exclusion

Nos critères d'inclusion sont les suivants :

- Femmes adolescentes et adultes
- Utilisatrices de réseaux sociaux
- Tiktok, Instagram, Facebook & Twitter
- Troubles du comportement alimentaire
- Autres types de comportement alimentaire problématiques
- Revues systématiques
- Langues: Français, Anglais

Nos critères d'exclusion sont les suivants :

- Hommes
- Enfants
- Non utilisateurs de réseaux sociaux
- Études abordant la dimension de prévention faite à l'aide des réseaux sociaux sur les comportements alimentaires
- Études hors revues systématiques
- Études n'abordant pas le comportement alimentaire problématique
- Toutes langues, hors français et anglais

4.3.3 Qualité de études

La qualité des revues systématiques sera évaluée à l'aide des grilles de qualité de la JBI Critical appraisal checklist for systematic reviews and research syntheses (annexe 2).

L'objectif de cette évaluation sera d'analyser la qualité méthodologique de l'étude et d'identifier à quel point la possibilité de biais a été prise en compte lors de la conception, la conduite et l'analyse de l'étude.

De ce fait, toutes les revues systématiques, que nous sélectionnerons, seront soumises à cette évaluation qui nous permettra de nous informer sur la qualité des études et des éventuels biais.

4.3.4 Extraction des données

Afin d'effectuer la tâche d'extraction des données des études que nous aurons sélectionnées, nous diviserons le nombre total des études sélectionnées au sein du binôme et chacune fera l'extraction de son côté. Les caractéristiques suivantes seront collectées au sein d'un tableau (annexe 3) concernant les revues systématiques retenues :

- Titre
- Nom des auteurs
- Année de publication
- But, question de recherche
- Nombre d'études incluses
- Design des études incluses
- Taille totale de l'échantillon
- Population
- Description de l'intervention ou de l'observation
- Type d'outcomes
- Qualité de la revue systématique
- Résultats

Cette liste sera possiblement modifiée lors de l'exécution de cette tâche. Par la suite, nous ferons une mise en commun de toutes les données que nous aurons récoltées chacune de notre côté afin de contrôler l'intégralité et la fidélité des données.

4.3.5 Synthèse des données & présentation des résultats

Le modèle de synthèse des données n'a pas encore été défini. De plus, la présentation des résultats que nous aurons obtenus à la suite de notre analyse n'est pas encore définie également. Cependant, le but de ce travail ne sera pas d'analyser statistiquement toutes les données obtenues mais de mettre en avant les données de manière indépendante en fonction des thématiques qui seront définies dans notre travail, de les synthétiser sous forme de texte et de tableaux. De ce fait, notre objectif sera de résumer de manière pertinente et optimale les données récoltées afin de pouvoir répondre à notre question de recherche, de comprendre les mécanismes et d'adapter notre pratique professionnelle face à cela .

L'ensemble des résultats que nous allons présenter dans notre travail sera par la suite discuté dans une partie dédiée à cela, ce qui nous permettra de faire le lien avec notre question de recherche, d'y répondre, ainsi que d'esquisser des implications pour la pratique et la recherche.

5. Considérations éthiques

Lors de la rédaction de ce travail, nous nous engageons à retranscrire toutes les données et informations de manière objective et transparente afin de conserver l'intégrité des études sélectionnées et de se baser sur des résultats réels et fidèles.

Du fait que nous basons notre travail sur des revues systématiques, nous évaluerons seulement l'éthique des revues systématiques et non pas des articles qu'elles contiennent, ceci par manque de temps.

Afin d'éviter toutes sortes de plagiat, notre travail sera retranscrit dans le logiciel Complitalo.

6. Ressources & Budgets

6.1 Ressources

Afin d'effectuer ce travail, plusieurs types de ressources sont à notre disposition. Nous avons des ressources humaines avec notre directrice de travail de Bachelor, Isabelle Carrard, le bibliothécaire de l'HEDS sur le site des Caroubiers, Jean-David Sandoz, les différents professeurs au sein de la filière et les camarades de classe pour d'éventuelles échanges et débats.

Au niveau des ressources matérielles, nous avons évidemment la bibliothèque du site des Caroubiers, les sites de base de données, les logiciels Microsoft Word, Complitalo, Zotero, Google Drive, les anciens travaux de Bachelor et les supports de cours.

Les procès verbaux seront aussi une ressource tout au long de la création de ce travail, les rendez-vous entre binôme, tout comme ceux avec la directrice du travail, le planning créé avec des échéances afin d'avancer dans les temps.

6.2 Budget

Le budget est encore très peu défini pour ce travail, cependant, l'HEDS nous soutient si nous avons besoin de payer des articles pour pouvoir y avoir accès (10 articles par étudiant). De plus, un accès au logiciel Complitalo est financé pour éviter le plagiat. Nous devrons aussi par la suite financer l'impression de notre poster, dont le coût nous est encore inconnu.

7. Bibliographie

1. Dictionnaire de français Larousse. Encyclopédie et dictionnaires gratuits [En ligne] Paris. [cité 4 décembre 2023]. Disponible sur: <https://www.larousse.fr/dictionnaires/francais/comportement/17728>
2. Le Robert [En ligne]. [cité 4 décembre 2023]. Éditions Le Robert - Dictionnaire Le Robert. Disponible sur: <https://www.lerobert.com/>
3. Morange-Majoux F. Le comportement alimentaire. Manuel visuel de psychophysiologie [En ligne]. Paris: Dunod; 2017 [cité 4 décembre 2023]. p.

- 147-62. Disponible sur: [https://www.cairn.info/manuel-visuel-de-
psychophysiologie--9782100765423-p-147.htm](https://www.cairn.info/manuel-visuel-de-psychophysiologie--9782100765423-p-147.htm)
4. Gauthier DC. C'est quoi le comportement alimentaire [En ligne]. 2022 [cité 4 décembre 2023]. Disponible sur: [https://www.groupe-
uneo.fr/sites/default/files/Resource-
library/Pdf%20obesit%C3%A9/En_savoir_plus_Comportement_Alimentaire.pdf](https://www.groupe-uneo.fr/sites/default/files/Resource-library/Pdf%20obesit%C3%A9/En_savoir_plus_Comportement_Alimentaire.pdf)
 5. Luquet S. Régulation de la prise alimentaire. Nutrition Clinique et Métabolisme. [En ligne]. 2008 [cité 5 décembre 2023]. 22(2):52-8. Disponible sur: <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0985056208000435>
 6. Lavalie M, Salesse R. Neurobiologie de la prise alimentaire [En ligne]. 2015 [cité 5 décembre 2023]. Disponible sur: [https://hal.inrae.fr/hal-
02801451/document](https://hal.inrae.fr/hal-02801451/document)
 7. Stice E. A Prospective Test of the Dual-Pathway Model of Bulimic Pathology: Mediating Effects of Dieting and Negative Affect. Journal of Abnormal psychology. 2001;110 (1):124-135. DOI: [10.1023//0021-843X.110.1.124](https://doi.org/10.1023//0021-843X.110.1.124)
 8. Organisation mondiale de la santé. Principaux repères: Troubles mentaux [En ligne]. 2022 [cité 4 décembre 2023]. Disponible sur: <https://www.who.int/fr/news-room/fact-sheets/detail/mental-disorders>
 9. Office fédéral de la santé publique. Prévalence des troubles alimentaires en Suisse [En ligne]. 2022 [cité 4 décembre 2023]. Disponible sur: [https://www.bag.admin.ch/bag/fr/home/gesund-leben/gesundheitsfoerderung-
und-praevention/koerpergewicht/essstoerungen.html](https://www.bag.admin.ch/bag/fr/home/gesund-leben/gesundheitsfoerderung-und-praevention/koerpergewicht/essstoerungen.html)
 10. Crocq MA, Guelfi JD. DSM-5: manuel diagnostique et statistique des troubles mentaux. 5e éd. Issy-les-Moulineaux: Elsevier Masson; 2015.
 11. Ackard DM, Fulkerson JA, Neumark-Sztainer D. Psychological and behavioral risk profiles as they relate to eating disorder diagnoses and symptomatology among a school-based sample of youth. Int J Eat Disord. 2011;44(5):440-6. DOI: [10.1002/eat.20846](https://doi.org/10.1002/eat.20846)
 12. Digital Roots: Historicizing Media and Communication Concepts of the Digital Age. In: Digital Roots [En ligne]. 2021 [cité 5 décembre 2023]. Disponible sur: <https://www.degruyter.com/document/doi/10.1515/9783110740202/html>
 13. Safko L, Brake DK. The social media bible: tactics, tools, and strategies for business success [En ligne]. Hoboken, NJ: Wiley; 2009. 821 p. [cité 5 décembre 2023]. Disponible sur: <http://msport04.free.fr/Books/The%20Social%20Media%20Bible.pdf>
 14. Petrosyan A. Statista: Internet usage worldwide, Statistics & Facts [En ligne] 2023 [cité 5 décembre 2023]. Disponible sur: [https://www.statista.com/topics/1145/internet-usage-
worldwide/#topicOverview](https://www.statista.com/topics/1145/internet-usage-worldwide/#topicOverview)
 15. Dixon S.J. Statista: Most popular social networks worldwide [En ligne]. 2023 [cité 5 décembre 2023]. Disponible sur: [https://www.statista.com/statistics/272014/global-social-networks-ranked-by-
number-of-users/](https://www.statista.com/statistics/272014/global-social-networks-ranked-by-number-of-users/)
 16. Renou RP. Facebook : the social network, et un peu plus. La Cause du Désir [En ligne]. 2014;87(2):27-30. [cité 5 décembre 2023]. Disponible sur: <https://www.cairn.info/revue-la-cause-du-desir-2014-2-page-27.htm>
 17. Meta. À propos de la description de la méthodologie de Facebook [En ligne]. [cité 5 décembre 2023]. Disponible sur: [https://fr-
facebook.com/business/help/785455638255832](https://fr.facebook.com/business/help/785455638255832)
 18. Snelson C. YouTube Across the Disciplines: A Review of the Literature [En ligne]. 2011;7(1). [cité 5 décembre 2023]. Disponible sur: [https://scholarworks.boisestate.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1010&context=
=edtech_facpubs](https://scholarworks.boisestate.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1010&context=edtech_facpubs)

19. Instagram. About Instagram: Capture, Create & Share What You Love [En ligne]. [cité 5 décembre 2023]. Disponible sur: <https://about.instagram.com/>
20. TikTok. À propos de TikTok: TikTok [En ligne]. [cité 5 décembre 2023]. Disponible sur: <https://www.tiktok.com/about?lang=fr>
21. Ceci L. Statista : Most downloaded mobile apps worldwide 2022 [En ligne]. [cité 5 décembre 2023]. Disponible sur: <https://www.statista.com/statistics/1285960/top-downloaded-mobile-apps-worldwide/>
22. Beveridge C. Social Media Marketing & Management Dashboard: Plus de 160 statistiques sur les réseaux sociaux [En ligne]. 2023 [cité 5 décembre 2023]. Disponible sur: <https://blog.hootsuite.com/fr/statistiques-sur-les-medias-sociaux-pour-marketeurs/>
23. Dixon S.J. Statista : Global Instagram user age & gender distribution [En ligne]. [cité 5 décembre 2023]. Disponible sur: <https://www.statista.com/statistics/248769/age-distribution-of-worldwide-instagram-users/>
24. Charbonneau J. Turcotte M. Institut statistique du Québec. Connaître, débattre et décider: La contribution d'une enquête socioéconomique et de santé intégrée et longitudinale, Réseaux sociaux [En ligne]. 2005 [cité 5 décembre 2023]. Disponible sur: <https://www.periscope-r.quebec/full-text/enquete-sante-longitudinale.pdf#page=173>
25. Rounsefell K, Gibson S, McLean S, Blair M, Molenaar A, Brennan L, et al. Social media, body image and food choices in healthy young adults: A mixed methods systematic review. *Nutr Diet*. 2020;77(1):19-40. DOI: [10.1111/1747-0080.12581](https://doi.org/10.1111/1747-0080.12581)
26. Kucharczuk AJ, Oliver TL, Dowdell EB. Social media's influence on adolescents' food choices: A mixed studies systematic literature review. *Appetite*. 2022;168:105765. DOI: [10.1016/j.appet.2021.105765](https://doi.org/10.1016/j.appet.2021.105765)
27. Holland G, Tiggemann M. A systematic review of the impact of the use of social networking sites on body image and disordered eating outcomes. *Body Image*. 2016;17:100-10. DOI: [10.1016/j.bodyim.2016.02.008](https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2016.02.008)
28. Hinojo-Lucena FJ, Aznar-Díaz I, Cáceres-Reche MP, Trujillo-Torres JM, Romero-Rodríguez JM. Problematic Internet Use as a Predictor of Eating Disorders in Students: A Systematic Review and Meta-Analysis Study. *Nutrients*. 2019;11(9):2151. DOI: [10.3390/nu110921](https://doi.org/10.3390/nu110921)

8. Annexes

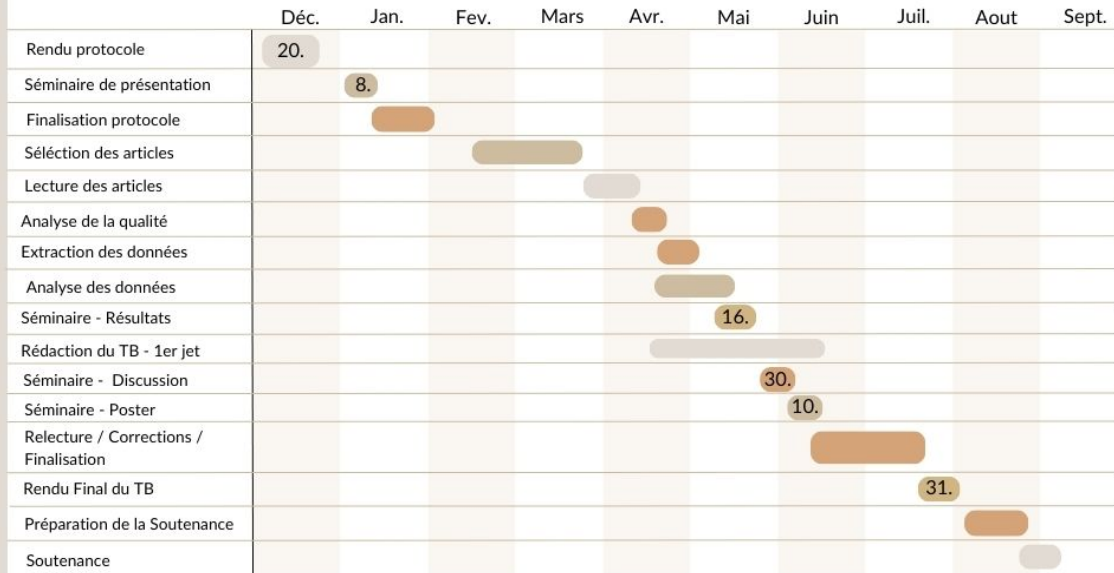
Annexe 1: Diagramme de Gantt

Travail de Bachelor

Association entre les réseaux

 sociaux et les comportements

 alimentaire



Annexe 2: JBI Critical appraisal checklist

JBI CRITICAL APPRAISAL CHECKLIST FOR
SYSTEMATIC REVIEWS AND RESEARCH SYNTHESSES

Reviewer _____ Date _____

Author _____	Year _____	Record Number _____	Yes	No	Unclear	Not applicable
1.	Is the review question clearly and explicitly stated?		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2.	Were the inclusion criteria appropriate for the review question?		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3.	Was the search strategy appropriate?		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4.	Were the sources and resources used to search for studies adequate?		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5.	Were the criteria for appraising studies appropriate?		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6.	Was critical appraisal conducted by two or more reviewers independently?		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7.	Were there methods to minimize errors in data extraction?		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
8.	Were the methods used to combine studies appropriate?		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
9.	Was the likelihood of publication bias assessed?		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
10.	Were recommendations for policy and/or practice supported by the reported data?		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
11.	Were the specific directives for new research appropriate?		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Overall appraisal: Include ☐ Exclude ☐ Seek further info ☐

Comments (Including reason for exclusion)

Annexe 3 : Tableau récapitulatif des revues systématiques

Auteurs et année de publication	Titre	Buts	Nombre d'études incluses	Design des études incluses	Taille totale de l'échantillon	Population	Description de l'intervention ou observation	Outcomes	Qualité	Résultats

Annexe 4: Poster

