

Partenaire de coopération



# JAMESfocus

---

Réseaux sociaux et idéaux de beauté

Jael Bernath, MSc  
Laura Baumann, MA  
Svenja Deda-Bröchin, BSc  
Isabel Willemse, MSc  
Gregor Waller, MSc

Groupe de travail sur la psychologie des médias, 2025

**Web**

[www.zhaw.ch/psychologie/jamesfocus](http://www.zhaw.ch/psychologie/jamesfocus)  
[www.swisscom.ch/JAMES/](http://www.swisscom.ch/JAMES/)

## Mentions légales

### Éditeur

ZHAW Zürcher Hochschule für Angewandte Wissenschaften  
Departement Angewandte Psychologie  
Pfingstweidstrasse 96  
Case postale, CH-8037 Zürich  
Téléphone +41 58 934 83 10  
[info.psychologie@zhaw.ch](mailto:info.psychologie@zhaw.ch)  
[www.zhaw.ch/psychologie](http://www.zhaw.ch/psychologie)

### Direction de projet

Prof. Dr. Daniel Süss  
Gregor Waller MSc

### Auteur(e)s

Jael Bernath, MSc  
Laura Baumann, MA  
Svenja Deda-Bröchin, BSc  
Isabel Willemse, MSc  
Gregor Waller, MSc

### Partenaires de coopération

Swisscom AG  
Michael In Albon und Noëlle Schläfli

### Partenaires en Suisse romande

Dr. Patrick Amey, Dr. Sébastien Salerno, Melina Humberset und Leila Cavarero  
Université de Genève  
Medialab  
Département de sociologie

### Partenaires au Tessin

Dr. Eleonora Benecchi, Petra Mazzoni und Deborah Barcella  
Università della Svizzera italiana  
Facoltà di comunicazione, cultura e società

### Partenaire en Allemagne

Thomas Rathgeb  
Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest (mpfs)

### Citations

Bernath, J., Baumann, L., Deda-Bröchin, S., Willemse, I. & Waller, G. (2025). *JAMESfocus – Réseaux sociaux et idéaux de beauté*. Zurich: Zürcher Hochschule für Angewandte Wissenschaften.

## Sommaire

|  |           |
|--|-----------|
| <b>Préambule et remerciements .....</b>  | <b>1</b>  |
| <b>1    Introduction.....</b>  | <b>2</b>  |
| <b>2    Situation initiale et contexte théorique .....</b>   | <b>2</b>  |
| 2.1    L'image corporelle et les idéaux de beauté.....   | 2         |
| 2.2    Utilisation des réseaux sociaux et image corporelle à l'adolescence .....   | 3         |
| 2.3    Questions.....  | 5         |
| <b>3    Méthodes .....</b>   | <b>6</b>  |
| 3.1    Questionnaire et échelles .....   | 6         |
| 3.2    Évaluations des données.....  | 7         |
| <b>4    Résultats.....</b>   | <b>8</b>  |
| 4.1    Questions A à C: Différences en ce qui concerne l'intériorisation, la pression perçue et<br>l'importance estimée des idéaux de beauté .....         | 8         |
| 4.2    Question D: Relation entre l'intériorisation, la pression perçue et l'importance estimée des<br>idéaux de beauté dominants et l'estime de soi ..... | 10        |
| <b>5    Résumé et débat.....</b>   | <b>12</b> |
| <b>6    Conseils pour les parents et les écoles....</b>  | <b>15</b> |
| <b>7    Bibliographie.....</b>   | <b>16</b> |

## Liste des abréviations

|         |   |
|---------|---|
| JAMES   | Jeunes, activités, médias – enquête Suisse (étude concernant la consommation des médias par les jeunes entre 12 et 19 ans en Suisse)      |
| JIM     | Jeunes, Information, (Multi-)média (enquête de base concernant la consommation des médias par les jeunes entre 12 et 19 ans en Allemagne) |
| mpfs    | Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest [Association de recherches de pédagogie des médias du sud-ouest]                            |
| N       | Nombre de personnes (généralement nombre de jeunes)   |
| SATAQ-G | Version allemande du Sociocultural Attitudes Towards Appearance Questionnaire   |
| SSE     | Statut socioéconomique  |
| VD      | Variable dépendante   |
| VI      | Variable indépendante   |
| ZHAW    | Université des sciences appliquées de Zurich  |

## Préambule et remerciements

Depuis 2010, plus de 1 000 jeunes âgés de 12 à 19 ans sont interrogés tous les deux ans dans le cadre de l'étude JAMES sur leurs habitudes de loisirs et leur utilisation des médias. Les résultats représentatifs des trois grandes régions linguistiques de Suisse servent de base importante pour l'école et l'éducation, le travail de prévention, la promotion de la santé, le travail avec les parents et les jeunes ainsi que pour les décisions politiques. En 2024, l'étude JAMES a déjà été réalisée pour la huitième fois, elle s'est depuis établie comme l'étude de référence pour le thème des jeunes et des médias en Suisse. L'édition de 2025 examine plus en détail trois thèmes sélectionnés sur la base d'évaluations approfondies de l'enquête de 2024:

le présent rapport se concentre sur les **idéaux de beauté chez les jeunes** dans le contexte de leur utilisation des médias. Il montre dans quelle mesure les réseaux sociaux exercent une pression sur les jeunes pour qu'ils se conforment à certains idéaux de beauté. Nous analysons en outre la signification sociale des idéaux de beauté pour les jeunes, ainsi que le degré d'intériorisation de ces idéaux par les jeunes. Nous nous penchons également sur la question de savoir si les idéaux de beauté diffèrent en fonction du sexe, de l'âge, du statut socioéconomique, de l'origine ou de la région du pays. Enfin, nous examinons comment différents aspects de la perception des idéaux de beauté sont liés à l'estime de soi des jeunes. Pour ce faire, nous prenons en compte les caractéristiques sociodémographiques comme variables de contrôle.

En mai 2025, nous avons publié notre rapport sur le rôle de l'intelligence artificielle (IA) dans la vie quotidienne des jeunes. L'accent a été mis sur les différentes formes d'utilisation de l'IA ainsi que sur les attitudes des jeunes vis-à-vis de l'IA. Nous avons cherché à savoir si leur attitude était plutôt marquée par des attentes positives pour l'avenir ou si elle s'accompagnait aussi d'inquiétudes. Nous avons observé comment les attitudes variaient en fonction de caractéristiques sociodémographiques telles que le sexe, l'âge, la région ou le lieu de domicile. En outre, nous avons analysé dans le rapport dans quelle mesure l'attitude envers l'IA est liée aux activités de loisirs médiatiques et non médiatiques. Nous avons également fourni un aperçu des outils d'IA qui ont été particulièrement mis en avant au cours de l'année d'enquête 2024.

En juin 2025, nous avons publié un rapport sur les **raisons de l'utilisation des réseaux sociaux**. Il y a été démontré quelles motivations – notamment le divertissement, la recherche d'informations et la présentation de soi – se cachent derrière l'utilisation de plateformes comme Instagram, TikTok, BeReal ou Pinterest. Le rapport décrit également comment ces motifs d'utilisation diffèrent selon le sexe, l'âge, le statut socioéconomique et la région linguistique, et comment ils sont liés aux expériences en tant que victime ou auteur de cyberharcèlement.

Nous remercions tout particulièrement Michael In Albon et Noëlle Schläfli de Swisscom. Depuis de nombreuses années, nous considérons que notre collaboration avec vous est très constructive, basée sur la confiance et l'estime. Nous vous remercions chaleureusement pour votre coopération de longue date et pour le fait que vous respectez et préservez toujours notre indépendance scientifique.

Nous remercions également Claudia Marolf pour la rédaction linguistique du rapport.

Nous tenons également à remercier Petra Mazzoni, Deborah Barcella et Patrick Amey pour leur relecture attentive des versions italienne et française de ce rapport.

Zurich, décembre 2025  
Groupe spécialisé en psychologie des médias de la ZHAW

## 1 Introduction

L'utilisation des réseaux sociaux est très répandue chez les jeunes et a fortement augmenté au cours des 15 dernières années: dans la dernière étude JAMES de 2024, 94% des jeunes déclarent utiliser au moins un ou plusieurs réseaux sociaux, et neuf sur dix le font plusieurs fois par semaine, voire tous les jours (Külling-Knecht et al., 2024). L'intérêt pour les effets de l'utilisation des réseaux sociaux sur les jeunes, notamment sur leur santé mentale, est donc grand. La recherche a examiné différents facteurs à cet égard et a rapporté des effets positifs et négatifs (Agyapong-Opoku et al., 2025; Sala et al., 2024). Selon une méta-analyse récente de Ferguson et al. (2025), les effets trouvés sont toutefois très faibles. Au vu de cette situation peu homogène en matière de recherche, il semble judicieux de mettre en lumière certains aspects du lien entre l'utilisation des réseaux sociaux et la santé mentale des jeunes de manière ciblée.

L'un de ces aspects est l'image corporelle des jeunes, qui est étroitement liée au degré d'intériorisation des idéaux de beauté de la société. Une étude suisse alémanique menée en 2015 auprès d'adolescents a trouvé un lien entre une image corporelle saine et une santé mentale et un bien-être plus élevés (Schär & Weber, 2015). Il n'existe pas encore de données à l'échelle nationale sur le lien entre l'image corporelle et les idéaux de beauté idéalisés chez les jeunes en relation avec l'utilisation des réseaux sociaux. L'objet de recherche du présent rapport JAMESfocus est donc de savoir si et comment l'image corporelle des jeunes et les idéaux de beauté stéréotypés selon le sexe qu'ils intérieurisent sont liés à l'utilisation des médias. En outre, il s'agit d'examiner comment l'image corporelle et les idéaux de beauté intériorisés sont liés à l'attitude fondamentale envers sa propre personne ou à l'estime de soi des jeunes. Les résultats se basent sur une collecte de données représentative à l'échelle nationale auprès des jeunes de 12 à 19 ans.

## 2 Situation initiale et contexte théorique

### 2.1 L'image corporelle et les idéaux de beauté de la société

L'image corporelle peut être définie comme «les perceptions, pensées et sentiments d'une personne à propos de son corps» (Grogan, 2021) et constitue un élément de l'image de soi qui influence également le comportement vis-à-vis de son propre corps (Ricciardelli & Yager, 2015; Stronski, 2018). Erikson (1950) considère que la construction d'une image de soi positive, qui inclut l'image corporelle comme un aspect essentiel, fait partie de la formation de l'identité, qui est une tâche centrale du développement de l'adolescent. Havighurst (1948) définit également la formation de l'acceptation de sa propre personne et de son apparence physique comme une tâche de développement de l'adolescence. Les adolescents sont donc confrontés au défi d'accepter leur corps en mutation pendant la puberté et de trouver une manière saine de le gérer. S'ils n'y parviennent pas, une image corporelle négative peut se développer, souvent accompagnée d'une image de soi négative, d'un manque de confiance en soi, de sentiments de honte, d'un évitement de la sexualité, de troubles alimentaires, d'un désir de chirurgie esthétique et d'autres problèmes (Thompson et al., 1999), ce qui a également un impact sur l'estime de soi d'une personne. Selon la définition d'Avalos et al. (2005), une image corporelle saine se caractérise en revanche par une attitude positive envers son propre corps: le corps du sujet est accepté, indépendamment de son «apparence physique réelle», les besoins et la santé du corps sont respectés et encouragés et les idéaux de beauté irréalistes sont rejettés.

Dans la définition d'Avalos et al. (2005), on constate une interaction entre l'appréciation individuelle du corps et les idéaux sociaux. Cette considération a marqué Schilder dès la première moitié du siècle dernier (Schilder, 1950). Il a soutenu que l'image corporelle ne provenait pas seulement de la perception

de soi (image corporelle perceptuelle), mais qu'elle était aussi marquée par une réflexion sur des attitudes et interactions avec les autres (image corporelle attitudinale)<sup>1</sup>. Dans la tradition de Schilder, les théories socioculturelles de l'image corporelle conceptualisent les idéaux sociaux de beauté qui sont intériorisés par les individus et peuvent conduire à une insatisfaction corporelle (Grogan, 2021). L'un des modèles les plus connus aujourd'hui de cette théorie est le **Tripartite Influence Model**, qui définit la famille, les pairs (peers) et les médias comme les principaux facteurs dans la transmission des idéaux corporels ou de beauté (Thompson et al., 1999). Ce modèle suppose que la minceur pour les femmes et un corps musclé pour les hommes sont des idéaux prédominants dans la société. Ces idéaux, inaccessibles pour la plupart, sont transmis et intériorisés par la famille, les partenaires, les amis et les pairs, ainsi que par les médias. Selon ce modèle, ces acteurs incitent ainsi à la comparaison et à l'évaluation de son propre corps et peuvent par la suite entraîner une insatisfaction corporelle.

Des études empiriques récentes ont trouvé des preuves des hypothèses du modèle d'influence tripartite pour les femmes (Hazzard et al., 2019) et pour les hommes (Schaefer et al., 2021). Et le modèle trouve également une correspondance empirique chez les enfants et les adolescents: si l'insatisfaction corporelle est très répandue à tout âge et en particulier chez les femmes (Neumark-Sztainer et al., 2018), elle est particulièrement en tension avec les changements physiques de l'adolescence (Stronski, 2018). Schär et Weber (2015) ont constaté dans leur étude menée auprès d'adolescents de Suisse alémanique que 60% des filles aimeraient être plus minces et ont déjà entrepris quelque chose pour cela, par exemple un régime. Mais les garçons aussi sont concernés par les idéaux de beauté: 77% des garçons ont déclaré qu'ils aimeraient être plus musclés et près de la moitié (54%) fait quelque chose pour y parvenir. Des études ont par ailleurs montré que les idéaux de minceur sont intériorisés très tôt (White et al., 2011; Thompson and Stice, 2001): dès l'âge de 5 à 7 ans, les filles commencent à évaluer leur corps et montrent les premiers signes d'insatisfaction corporelle (Perez et al., 2018). Les idéaux de minceur intériorisés favorisent, en premier lieu chez les adolescentes, le risque de souffrir d'un trouble alimentaire, de développer des comportements malsains de contrôle du poids, de réduire l'estime de soi, l'humeur et les résultats scolaires (Stice et al., 2011).

Les idéaux de beauté évoluent au fil du temps: alors que dans les années 1980 et 1990, la minceur (*thin-ideal*) était un idéal de beauté pour les femmes (Sypeck et al., 2004), un corps mince et musclé (*thin-muscular ideal*) est apparu plus récemment comme un nouvel objectif de beauté (Bozsik et al., 2018; Roberts et al., 2022). Une autre tendance actuelle en matière de beauté réside dans ce que l'on appelle l'idéal «*slim thick*» pour les femmes, qui suppose des rondeurs généreuses à certains endroits du corps et qui, selon des études, entraîne plus d'insatisfaction corporelle que l'idéal de minceur (McComb & Mills, 2022). Une étude récente menée aux États-Unis montre que l'insatisfaction corporelle liée à l'idéal de minceur a légèrement diminué pour les femmes et les filles, alors que pour les garçons et les hommes, le lien entre l'insatisfaction corporelle et le désir d'avoir un corps plus musclé reste élevé (Karazsia et al., 2017).

## 2.2 Utilisation des réseaux sociaux et image corporelle à l'adolescence

Il semble empiriquement prouvé que les facteurs sociaux véhiculent des idéaux de beauté et influencent ainsi l'image corporelle des jeunes: outre l'influence de la famille et des pairs, l'image corporelle semble être influencée de manière déterminante par les médias de masse classiques (Tiggemann, 2011). On reproche en particulier aux médias numériques de diffuser des idéaux de beauté irréalistes sur la base d'images fortement retouchées (Huang et al., 2021). Cette section offre un aperçu de la manière dont l'utilisation des réseaux sociaux par les jeunes est liée à l'image corporelle et à l'estime de soi.

---

<sup>1</sup> L'image corporelle perceptuelle concerne la précision et la fidélité avec lesquelles une personne perçoit son corps, par exemple sa taille. L'image corporelle attitudinale comprend la satisfaction subjective globale (évaluation du corps), l'affect (sentiments envers son propre corps), les cognitions (croyances sur le corps) et les comportements, notamment le fait de dissimuler les parties du corps que l'on n'aime pas.

La recherche empirique suggère, dans des circonstances spécifiques, un lien entre l'utilisation des réseaux sociaux et l'insatisfaction de l'image corporelle ou encore les comportements alimentaires problématiques et les troubles alimentaires chez les adolescents et les jeunes adultes (Agyapong-Opoku et al., 2025). Dans la mesure où l'on retrouve des corrélations dans différentes tranches d'âge (Mingoia et al., 2017; Saipho & Vahedi, 2019; Thompson & Harriger, 2023), les adolescents semblent être particulièrement touchés par l'influence des images idéalisées sur les réseaux sociaux (Rodgers & Rousseau, 2022). Selon le Tripartite Influence Model, les réseaux sociaux peuvent d'une part véhiculer l'influence des pairs sur l'idéal de beauté et d'autre part faire office d'influence médiatique supplémentaire. Un autre mécanisme d'action possible est que les réseaux sociaux peuvent augmenter la pensée comparative et compétitive, ce qui peut renforcer les préoccupations liées au corps (Course-Choi & Hammond, 2021). Les effets de l'utilisation des réseaux sociaux sur l'insatisfaction corporelle des adolescents et des jeunes adultes ont été constatés en particulier lors de l'utilisation intensive de plateformes axées sur l'image (Schønning et al., 2020; Vandenbosch et al., 2022). Sur les réseaux sociaux, trois choses en particulier favorisent l'insatisfaction vis-à-vis de son propre corps: le traitement obsessionnel des images («photoshopping»), l'effacement des frontières entre réel et virtuel ainsi que la forte concentration sur une apparence attrayante (Ryding & Kuss, 2020; Sharma & Vidal, 2023; Suhag & Rau niyar, 2024; Vandenbosch et al., 2022; Vincente-Benito & Ramirez-Duran, 2023). De même, des effets renforçant l'insatisfaction corporelle et les comportements alimentaires dysfonctionnels ont été observés avec des contenus diffusant un idéal de beauté mince (*thin-ideal imagery*), un corps parfait (*perfect body posts*) ou des idéaux de fitness par le biais de ce qu'on appelle la *fitspiration* (Cataldo et al., 2021; A. Chung et al., 2021; Memon et al., 2018; Popat & Tarrant, 2023). En ce qui concerne l'influence des réseaux sociaux basés sur l'image, les chercheurs s'attendent à ce qu'Instagram, qui est principalement utilisé pour publier et partager des images, soit potentiellement plus dommageable pour la conscience de la beauté des femmes que d'autres plateformes de réseaux sociaux qui contiennent des contenus plus variés (Fardouly et al., 2018; Fardouly & Vartanian, 2016; Holland & Tiggemann, 2016). Une étude récente sur les métadonnées a révélé que les adolescents qui ont souvent une mauvaise image de leur corps regardaient trois fois plus de contenus liés aux troubles alimentaires sur Instagram que les autres (Horwitz, 2025). On peut donc s'attendre à un lien négatif entre les réseaux sociaux basés sur l'image, notamment Instagram, et une mauvaise estime de soi.

Plusieurs auteurs ont également postulé une influence du comportement d'utilisation (actif vs passif), l'utilisation active des réseaux sociaux semblant être associée à un plus grand bien-être (Bottaro & Faraci, 2022) et l'utilisation passive à une plus grande insatisfaction corporelle (Course-Choi & Hammond, 2021; McCrory et al., 2022; Ryding & Kuss, 2020). Un lien avec l'auto-objectivation associée à une image corporelle négative a également été démontré dans des études sur le visionnage d'images sur les réseaux sociaux (Mingoia et al., 2017) ainsi que sur la création (Salomon & Brown, 2021) et la modification de ses propres selfies (Tiggemann et al., 2020; Wang et al., 2021).

Il convient de relever qu'une grande partie des études se concentre sur les filles et les jeunes femmes et que seules des recherches récentes examinent également les effets des médias sur l'image corporelle des garçons. Chez les garçons aussi, il existe un lien entre l'utilisation des réseaux sociaux et une insatisfaction corporelle plus élevée (Jarman et al., 2021; Rodgers et al., 2020), même si, contrairement aux filles, ils ne s'orientent pas vers l'idéal *thin*, mais vers la *fitspiration*, c'est-à-dire vers un idéal de beauté musclé et sportif (Sharma & Vidal, 2023). Le mouvement de bodypositivity se considère comme un contre-mouvement dont l'accent est mis sur les idéaux de beauté. Il célèbre la diversité et souligne la beauté de toutes les formes de corps (Cohen et al., 2019). Certaines études ont montré que le visionnage de contenus de bodypositivity conduit à une plus grande satisfaction corporelle (Fioravanti et al., 2023; Stevens & Griffiths, 2020), de tels contenus pouvant également contribuer à une plus grande auto-objectivation par rapport à des images sans personnes (Cohen et al., 2019).

Le lien entre l'apparence physique et l'estime de soi et le sentiment d'attractivité des jeunes a été cité comme une composante négative de l'utilisation des réseaux sociaux (Rodgers & Rousseau, 2022). En revanche, une étude menée auprès d'adolescents âgés de 11 à 19 ans a révélé qu'une utilisation appropriée des réseaux sociaux augmentait l'estime de soi en facilitant l'établissement et le maintien de relations et en renforçant le soutien social et le sentiment d'appartenance (Shankleman et al., 2021). Le

lien entre l'utilisation des réseaux sociaux, l'image corporelle et l'estime de soi n'est donc pas expliqué en détail. De plus, il reste à souligner que les réseaux sociaux ne sont qu'une des nombreuses influences de la société sur l'image corporelle des jeunes. D'un point de vue statistique, les enfants et les adolescents sont par exemple plus susceptibles de subir ce que l'on appelle le body shaming au sein de leur famille (Lessard et al., 2021) et dans leur groupe de pairs, les filles étant plus touchées que les garçons (Szwimer et al., 2020). On peut supposer que cela vaut également pour des expériences moins pointues de transmission d'idéaux de beauté.

Pour résumer, l'utilisation fréquente, intensive et passive des réseaux sociaux pourrait influencer l'image corporelle, l'intériorisation des idéaux de beauté et l'estime de soi chez les jeunes. Des recherches supplémentaires doivent être menées pour déterminer l'ampleur de ce lien.

## 2.3 Questions

La présente section vise à clarifier dans quelle mesure les jeunes en Suisse ont intériorisé les idéaux de beauté dominants (être mince, être musclé) et dans quelle mesure ils se sentent mis sous pression par les contenus sur les réseaux sociaux. De même, l'étude examine comment les jeunes évaluent la signification sociale des idéaux de beauté. En dernier lieu, l'intériorisation des idéaux de beauté, la pression perçue des réseaux sociaux et l'importance attribuée par la société sont mises en relation avec l'estime de soi des jeunes.

**Question A:**

Dans quelle mesure les jeunes ont-ils intériorisé les idéaux de beauté dominants (dans les médias) et quelles sont les différences qui apparaissent en fonction des caractéristiques sociodémographiques? (intériorisation)

**Question B:**

Dans quelle mesure les adolescents se sentent-ils contraints par les contenus des réseaux sociaux de se conformer aux idéaux de beauté dominants et quelles différences apparaissent en fonction des caractéristiques sociodémographiques? (pression)

**Question C:**

Comment les jeunes évaluent-ils la signification sociale des idéaux de beauté dominants et quelles sont les différences qui apparaissent en fonction des caractéristiques sociodémographiques? (importance)

**Question D:**

Quel est le lien entre l'intériorisation, la pression perçue et l'importance estimée des idéaux de beauté dominants et l'estime de soi des jeunes?

### 3 Méthodes

Toutes les évaluations suivantes ont été réalisées sur la base des données de l'étude JAMES 2024. Dans le cadre de l'étude, plus de 1 000 jeunes ( $N = 1 183$ ) âgés de 12 à 19 ans ont été interrogés dans les régions germanophone, francophone et italophone de la Suisse. Ces jeunes constituent un échantillon représentatif de cette classe d'âge à l'échelle de la Suisse. Les concepts sous-jacents, leur mesure et les méthodes d'évaluation sont décrits plus en détail ci-dessous. De plus amples informations sur la composition de l'échantillon et l'analyse des données sont disponibles dans le rapport de l'étude principale (Külling-Knecht et al., 2024).

#### 3.1 Questionnaire et échelles

Les variables sociodémographiques utilisées pour le présent rapport sont celles dont la saisie est décrite en détail dans le rapport de l'étude principale (Külling-Knecht et al., 2024). Un bloc de questions a permis d'aborder différents aspects liés à l'image corporelle ainsi qu'à l'estime de soi des jeunes. L'enquête sur ces concepts est décrite ci-dessous:

##### Image corporelle

Afin de relever différentes dimensions relatives à l'importance des idéaux de beauté, la version allemande du *Sociocultural Attitudes Towards Appearance Questionnaire* (SATAQ-G, Forrester-Knauss et al., 2009) a été utilisée. En cohérence avec les concepts du Tripartite Influence Model discuté ci-dessus, l'échelle mesure l'acceptation ou l'adoption d'idéaux de beauté définis par la société comme norme personnelle (*internalization*), la pression perçue pour correspondre aux idéaux de beauté véhiculés par les médias (*pressure*) et l'importance et la reconnaissance des normes d'apparence sociale (*awareness*). L'échelle originale comprend 16 items qui peuvent être attribués aux dimensions de *l'intériorisation*, de la *pression* et de *l'importance sociale*, et existe en une version pour les filles et une version pour les garçons. Alors que les filles sont interrogées sur l'intériorisation d'un idéal de beauté mince, la version pour les garçons se concentre sur un idéal de beauté musclé. Dans l'enquête JAMES, les mêmes questions ont été posées aux filles et aux garçons. Le questionnaire a été adapté de manière à ce que l'intériorisation d'images idéales de maigreur et de musculature puisse être évaluée indépendamment du sexe. Alors que l'échelle initiale examinait la pression perçue par les médias «classiques», l'enquête JAMES s'est concentrée sur les réseaux sociaux et les termes ont été adaptés en conséquence. Par exemple, la question «Je ressens de la pression pour être belle à la télévision ou dans les journaux» est devenue «Je ressens de la pression pour être belle sur les réseaux sociaux». De plus, le bloc de questions original a été raccourci: Dans le bloc initial, les dimensions «*Pression des réseaux sociaux*» et «*Importance*» font chacune l'objet de cinq questions, tandis que la dimension «*Intériorisation*» fait l'objet de six questions. Pour le présent rapport, les blocs de questions par dimension ont été réduits aux trois questions ayant la charge factorielle la plus élevée. Ainsi, le bloc de questions utilisé dans l'enquête JAMES se compose de douze items qui couvrent les dimensions de la *pression exercée par les réseaux sociaux*, de *l'importance sociale* et de *l'intériorisation* (*mince et musclé*).

L'analyse factorielle a permis de vérifier si les dimensions supposées pouvaient être représentées par la version abrégée et adaptée du SATAQ-G. Pour ce faire, une solution à trois facteurs comprenant les dimensions «*Pression des réseaux sociaux*», «*Importance sociale*» et «*Intériorisation*» a été comparée à une solution à quatre facteurs qui fait la distinction entre l'intériorisation des idéaux de beauté minces et musclés. L'analyse montre qu'une solution à quatre facteurs reflète de manière pertinente la structure du questionnaire. À deux exceptions près, tous les items peuvent être clairement attribués à l'un des quatre facteurs. Les deux items «Je pense que les vêtements sont plus beaux sur les corps minces» et «Je pense que les vêtements sont plus beaux sur les corps musclés» présentent des charges transversales élevées et ont donc été exclus. Le tableau 1 présente les quatre facteurs et les items correspondants. Ensemble, ces quatre facteurs expliquent 79% de la variance. Pour calculer les différentes dimensions, des indices de valeur moyenne ont été établis.

**Tableau1: Sociocultural Attitudes Towards Appearance Questionnaire (SATAQ-G, version adaptée)**

| Dimension                    | Item   |
|------------------------------|--|
| Pression des réseaux sociaux | Je me sens mis(e) sous pression par les réseaux sociaux pour être beau / belle.<br>Je me sens mis(e) sous pression par les réseaux sociaux pour avoir un corps parfait.<br>Je me sens mis(e) sous pression par les réseaux sociaux pour changer mon apparence.                     |
| Importance                   | Il est très important d'être beau / belle pour réussir dans notre société.<br>Il est important de travailler dur pour avoir un beau physique si l'on veut réussir dans la société d'aujourd'hui.<br>Dans la société d'aujourd'hui, il est important de toujours être séduisant(e). |
| Intériorisation être mince   | Quand je vois des photos de corps minces sur les réseaux sociaux, je souhaite moi aussi devenir mince.<br>J'aimerais ressembler à un mannequin.  |
| Intériorisation être musclé  | Quand je vois des photos de corps musclés sur les réseaux sociaux, j'aimerais moi aussi devenir musclé(e).<br>J'aimerais ressembler à un(e) culturiste.  |

### **Estime de soi**

L'estime de soi a été évaluée à l'aide de questions tirées de la *Rosenberg Self-Esteem Scale* (Rosenberg, 1965). L'échelle initiale comprend dix items et permet, outre la saisie d'une valeur globale de soi, de distinguer les dimensions de *dévalorisation de soi* et d'*acceptation de soi*, cette dernière se divisant en deux sous-composantes (*self-competence* et *self-liking*). Pour l'enquête JAMES, nous avons utilisé un item par dimension, qui sont présentés dans le tableau 2. Les jeunes ont évalué la pertinence des affirmations sur une échelle à cinq niveaux (options de réponse de «tout à fait d'accord» à «pas du tout d'accord»). Pour calculer une estime de soi globale, l'item formulé négativement a été recodé et une moyenne des trois items a ensuite été calculée.

**Tableau2: Rosenberg Self-Esteem Scale (version abrégée)**

| Dans quelle mesure es-tu d'accord avec les affirmations suivantes?        |
|---|
| Je suis satisfait(e) de moi dans l'ensemble.                              |
| Je possède un certain nombre de qualités.                                 |
| Je crains qu'il n'y ait pas grand-chose dont je puisse être fier / fière. |

## **3.2 Évaluations des données**

Les calculs quantitatifs ont été effectués à l'aide des programmes statistiques R et SPSS, en tenant compte de la complexité de la conception de l'échantillon. Des informations plus précises sur le plan d'échantillonnage et la pondération sont disponibles dans le rapport sur les résultats de l'étude JAMES 2024 (Külling-Knecht et al., 2024). Pour répondre aux **questions A à C**, nous avons représenté de manière descriptive dans quelle mesure les quatre dimensions *Pression par les réseaux sociaux*, *Importance*, *Intériorisation d'images idéales minces* et *Intériorisation d'images idéales musculaires* sont marquées dans les sous-groupes (sexe, âge, origine, SSE). Afin d'identifier les différences entre les sous-groupes, des comparaisons a posteriori ont été étudiées. Afin de vérifier, conformément à la **question D**, si et dans quelle mesure les quatre dimensions sont liées à l'estime de soi, un modèle de régression linéaire a été calculé. L'estime de soi constitue la variable dépendante, les quatre dimensions

les variables indépendantes. Le modèle a également été contrôlé en fonction du sexe, de l'âge, du statut, de l'origine, de la région du pays et du degré d'urbanisation.

## 4 Résultats

Le chapitre suivant rapporte les résultats relatifs aux quatre questions formulées (A à D).

### 4.1 Questions A à C: Différences en ce qui concerne l'intériorisation, la pression perçue et l'importance estimée des idéaux de beauté

#### Importance des idéaux de beauté

L'échelle «Importance des idéaux de beauté» représente dans quelle mesure les jeunes reconnaissent les idéaux de beauté de la société et quelle importance ils leur accordent. Pour l'ensemble des jeunes, la moyenne est de 2,83 (écart-type = 0,4). Des différences significatives apparaissent en fonction de l'âge (effet moyen). Les adolescents de 16/17 ans et de 18/19 ans accordent une plus grande importance aux images sociales du corps que les adolescents plus jeunes (voir illustration 1). Aucune différence significative n'apparaît en fonction du sexe, du SSE, de l'origine, de la région du pays et du lieu de résidence.

#### Pression des médias sociaux

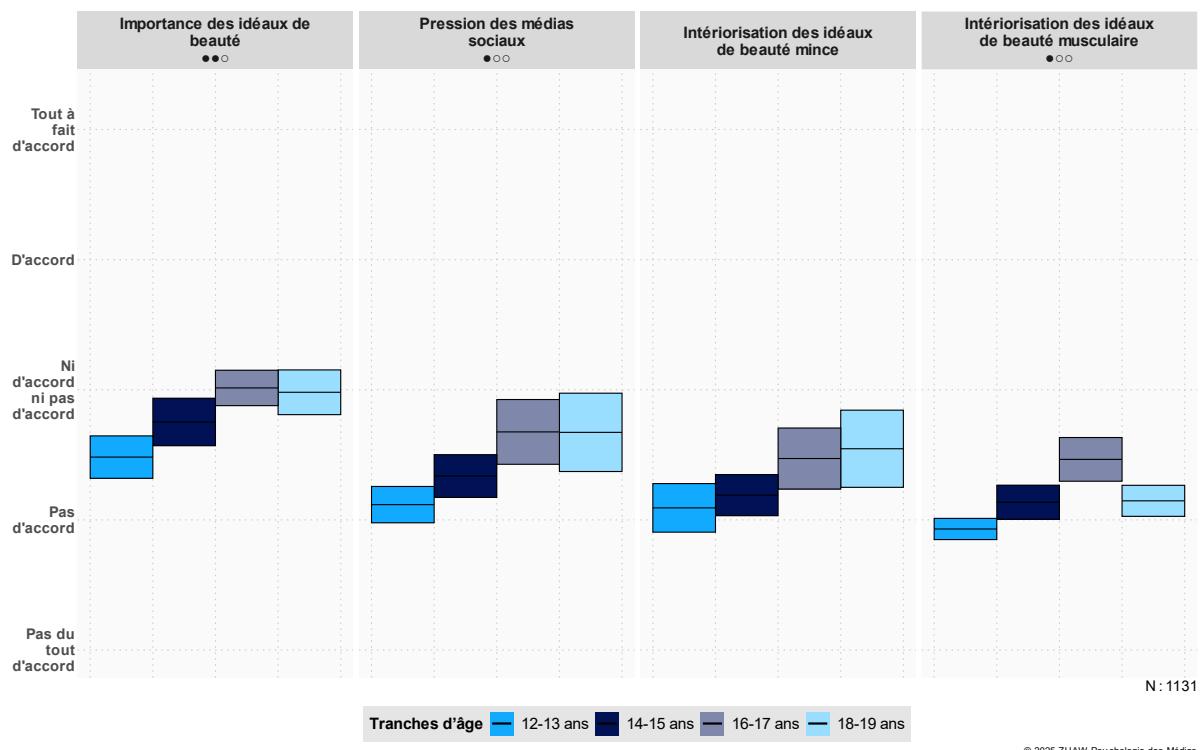
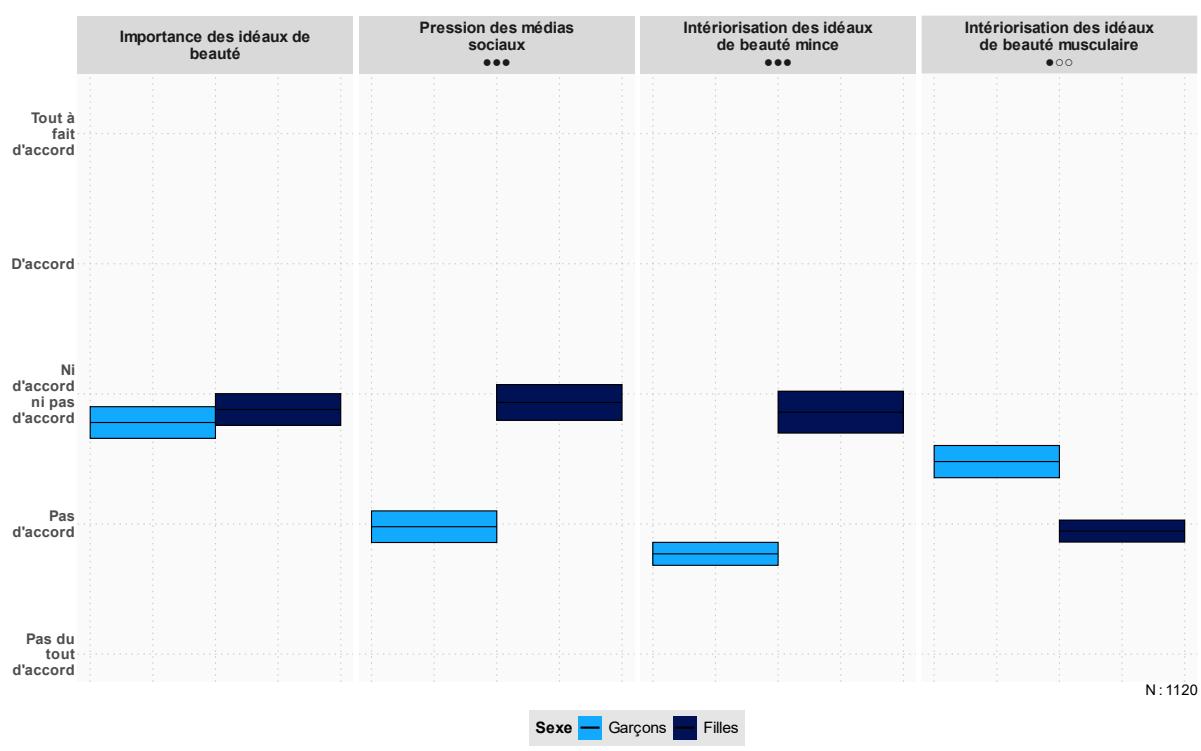
Cette échelle permet de déterminer dans quelle mesure les jeunes se sentent mis sous pression par les médias sociaux pour correspondre aux idéaux de beauté véhiculés. Dans l'échantillon global, la moyenne est de 2,48 (écart-type = 0,6). Une nette différence apparaît entre les filles et les garçons (effet important). Les filles ressentent une pression plus forte que les garçons (voir illustration 2). De plus, on constate ici aussi un effet de l'âge (effet faible). Les adolescents de 16/17 ans et de 18/19 ans ressentent une plus grande pression de la part des réseaux sociaux que les adolescents plus jeunes (voir illustration 1). Aucune différence significative n'apparaît en raison du SSE, de l'origine, de la région du pays et du lieu de résidence des jeunes.

#### Intériorisation d'un idéal de beauté mince

Deux items ont permis d'évaluer dans quelle mesure les jeunes ont intériorisé l'image idéale d'un corps mince. La moyenne de tous les jeunes est de 2,33 (écart-type = 0,6). On constate une grande différence en fonction du sexe: les filles ont davantage intériorisé l'image idéale d'un corps mince que les garçons (voir illustration 2). Aucune différence significative n'apparaît pour toutes les autres caractéristiques sociodémographiques.

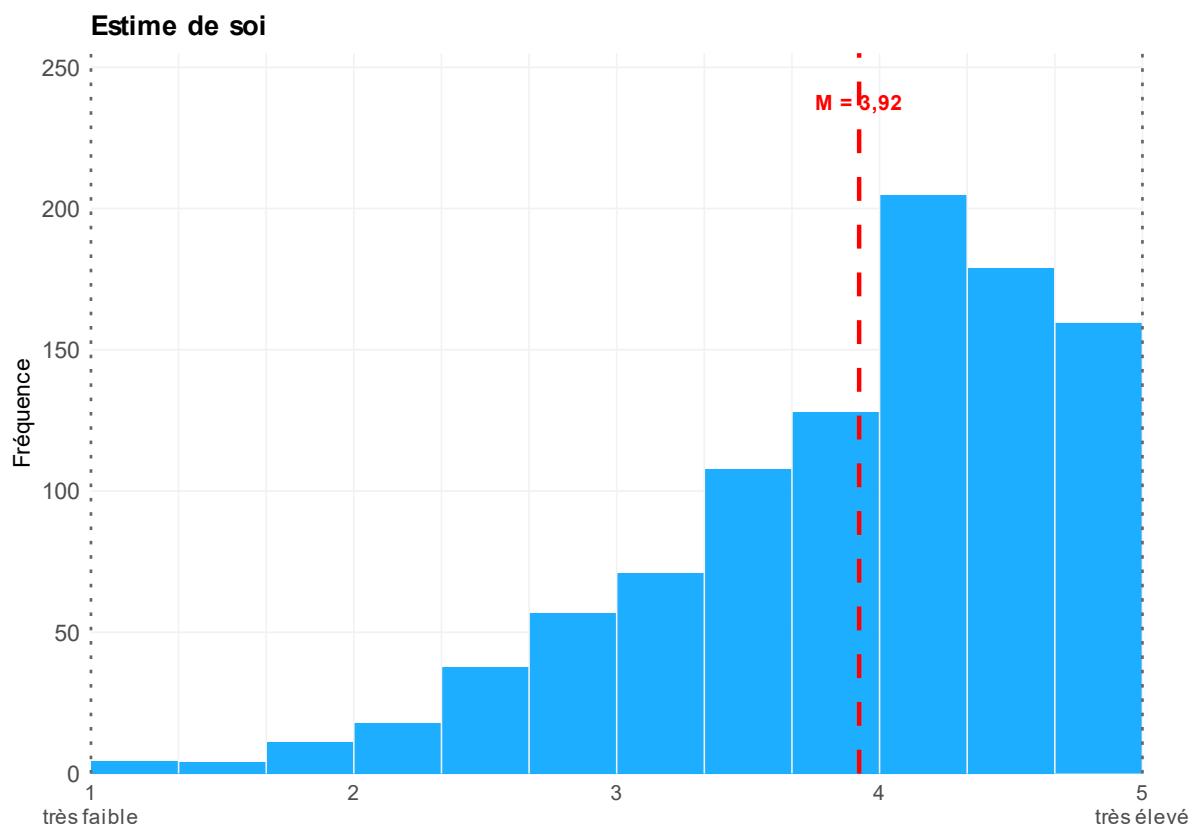
#### Intériorisation d'un idéal de beauté musclé

De même, deux items ont permis d'évaluer dans quelle mesure les jeunes ont intériorisé l'idéal d'un corps musclé. Pour l'ensemble des jeunes, la moyenne est de 2,20 (écart-type = 0,4). L'intériorisation est un peu plus marquée chez les garçons que chez les filles (effet faible, voir illustration 2). Des différences apparaissent également entre les différentes tranches d'âge. C'est chez les 16/17 ans que l'intériorisation des idéaux de beauté musclés est la plus forte, et chez les jeunes de 12/13 ans qu'elle est la moins prononcée (voir illustration 1). Aucune différence significative n'apparaît en fonction du SSE, de l'origine, de la région du pays et du lieu de résidence des jeunes.

**Illustration 1: Valeurs moyennes dans le SATAQ-G ajusté selon l'âge****Illustration 2: Valeurs moyennes dans le SATAQ-G ajusté par sexe**

## 4.2 Question D: Relation entre l'intériorisation, la pression perçue et l'importance estimée des idéaux de beauté dominants et l'estime de soi

Pour répondre à la question D, un modèle de régression linéaire pondéré a été calculé avec **l'estime de soi** comme variable dépendante (VD). L'estime de soi présente une distribution oblique vers la gauche (voir illustration 3). Seuls quelques jeunes font état de valeurs très basses (plage de valeurs 1-2), tandis que la majorité des valeurs se situent dans la partie supérieure de l'échelle, entre 3,5 et 5 environ. La moyenne est de  $M = 3,92$ , ce qui est supérieur au milieu de l'échelle. Dans l'ensemble, la répartition indique des niveaux d'estime de soi majoritairement élevés chez les jeunes (voir illustration 3).

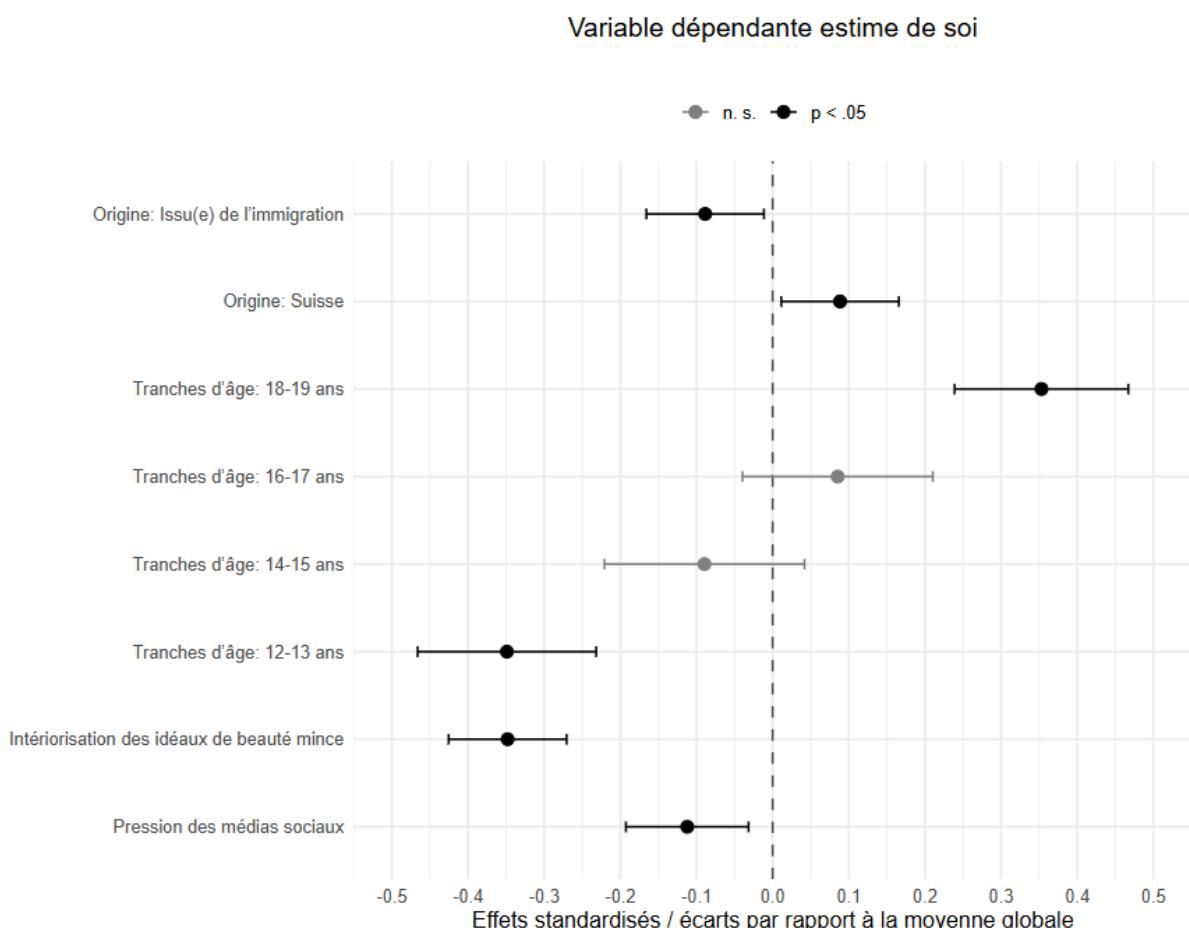


Les quatre dimensions du SATAQ-G adapté (importance, pression, intériorisation des idéaux de beauté minces, intériorisation des idéaux de beauté musclés) ainsi que diverses caractéristiques sociodémographiques telles que le sexe, l'âge, le statut, l'origine, la région du pays et le degré d'urbanisation ont été incluses dans le modèle en tant que variables indépendantes. Celles-ci sont mises en relation avec l'estime de soi. Le modèle final explique **22% de la variance de l'estime de soi**. Les facteurs suivants se sont révélés significatifs:

- **Pression des réseaux sociaux:** plus les jeunes ressentent la pression des réseaux sociaux, plus leur estime de soi est faible ( $\beta = -0,112, p < 0,01$ ).
- **Intériorisation d'idéaux de beauté minces:** plus les jeunes ont intériorisé des idéaux de beauté mince, plus leur estime de soi est faible ( $\beta = -0,348, p < 0,001$ ).

- **Tranches d'âge:** L'estime de soi augmente en moyenne avec l'âge (12/13 ans:  $\beta = -0,349$ ,  $p < 0,001$ ; jeunes de 14/15 ans:  $\beta = -0,089$ ,  $p = 0,178$ ; jeunes de 16/17 ans:  $\beta = 0,085$ ,  $p = 0,176$ ; jeunes de 18/19 ans:  $\beta = 0,353$ ,  $p < 0,001$ ).
- **Origine:** les jeunes Suisses ont en moyenne une meilleure estime de soi que les jeunes issus de l'immigration ( $\beta = 0,089$ ,  $p < 0,05$ ).

L'illustration 3 résume les principaux chiffres clés du modèle.



**Illustration 3: Caractéristiques liées à l'estime de soi**

## 5 Résumé et débat

Du point de vue de la psychologie du développement, l'adolescence représente une phase importante dans la construction de l'identité et le développement de l'image corporelle qui en découle. Pendant cette période, les adolescents subissent d'importants changements physiques, qui les obligent à s'intéresser à leur corps et à intégrer les changements physiques dans leur image de soi. La manière dont les jeunes perçoivent leur corps ne dépend pas seulement de la perception et de la réflexion sur soi, mais est aussi fortement influencée par les idéaux sociaux. Le présent rapport a pour but d'examiner comment les jeunes en Suisse ont intériorisé les idéaux de beauté dominants et quelle importance sociale ils leur accordent. Il leur a également été demandé dans quelle mesure ils ressentaient une pression sur leur apparence en raison des contenus publiés sur les réseaux sociaux. En dernier lieu, nous avons examiné dans quelle mesure les différents aspects de l'image corporelle étaient liés à l'estime de soi des jeunes. Les résultats sont résumés et classés ci-dessous.

### Intériorisation et signification sociale des idéaux de beauté

En ce qui concerne l'importance personnelle ou l'intériorisation des idéaux de beauté, on observe chez les jeunes en Suisse des modèles spécifiques à chaque sexe: les filles ont nettement plus intériorisé les idéaux de minceur que les garçons. En revanche, les représentations idéales d'un corps musclé jouent un rôle un peu plus important chez les garçons. Les résultats coïncident avec ceux de l'étude HBSC (Balsiger et al., 2023), qui a interrogé des jeunes de 11 à 15 ans en Suisse en 2022: dans cet échantillon, un tiers des filles souhaitaient être plus minces, contre environ 10% des garçons. En revanche, plus d'un tiers des garçons souhaitaient être plus musclés, contre environ 10% des filles. Bien que l'idéal d'un corps mince mais musclé (*thin-muscular ideal*) se soit aujourd'hui développé, notamment sur les réseaux sociaux pour les filles et les jeunes femmes, en plus de l'idéal de minceur (Rodgers et al., 2020), il semble que la minceur reste un idéal prédominant chez les filles et qu'elle influence davantage leur propre perception de leur corps. Des différences d'âge apparaissent en ce qui concerne l'intériorisation d'un idéal de beauté musclé: le désir d'être plus musclé augmente jusqu'à l'âge de 16 ans, mais il est à nouveau moins prononcé chez les 18/19 ans. Il est possible qu'à la fin de l'adolescence, les adolescents développent des attentes plus现实的 vis-à-vis de leur propre corps en termes de musculature. En revanche, aucune différence d'âge significative n'apparaît en ce qui concerne l'intériorisation des idéaux de minceur, ce qui va de pair avec l'hypothèse selon laquelle les idéaux de minceur dominants sont intériorisés dès le plus jeune âge (Perez et al., 2018; White et al., 2011). Cela montre également qu'il est important de parler aux enfants de l'école primaire des préoccupations et des pressions liées à leur apparence, et que les mesures préventives ne doivent pas attendre l'adolescence.

Les résultats du présent rapport montrent qu'avec l'âge, les jeunes accordent une plus grande importance sociale aux idéaux de beauté dominants. Les jeunes de 16/19 ans sont plus susceptibles d'être d'accord avec des affirmations telles que «Il est très important d'avoir une bonne apparence si l'on veut obtenir quelque chose dans notre société» que les jeunes de 12/13 ans. Cela illustre le fait que la sensibilité aux normes sociales augmente avec l'âge. Alors que l'importance personnelle des idéaux de beauté présente de nettes différences entre les sexes, les garçons et les filles estiment que l'importance sociale des idéaux de beauté est similaire.

### Pression des réseaux sociaux

Les idéaux de beauté sont d'une part transmis par la famille et les jeunes du même âge, mais en même temps, les images présentées par les médias jouent un rôle important (Thompson et al., 1999). Le quotidien médiatique des jeunes est aujourd'hui fortement marqué par l'utilisation des réseaux sociaux. Les contenus partagés sur ces plateformes présentent souvent des idéaux de beauté unilatéraux et irréalistes qui peuvent mettre les jeunes sous pression quant à leur propre apparence. Ici aussi, on constate un effet faible de l'âge.

Les 16/19 ans se sentent davantage sous pression par les réseaux sociaux que les 12/13 ans. Cet effet de l'âge s'explique d'une part par la fréquence d'utilisation des réseaux sociaux, qui augmente au cours de l'adolescence. 82% des 12/13 ans et 95% des 16/19 ans utilisent les réseaux sociaux tous les jours / plusieurs fois par jour (Külling-Knecht et al., 2024). D'autre part, l'évolution des modèles d'utilisation pourrait également jouer un rôle, dans la mesure où les adolescents plus âgés sont peut-être plus souvent confrontés à des contenus qui se focalisent sur l'apparence physique. Il est possible qu'avec l'avancée de l'adolescence, la tendance à se comparer en termes d'apparence physique augmente, car la conscience de son propre corps s'accroît et l'apparence devient plus importante pour établir l'appartenance et la différenciation au sein des groupes de pairs (Pürgstaller, 2023).

Les filles ressentent une plus grande pression sur leur propre apparence à travers les contenus sur les réseaux sociaux. Cela pourrait s'expliquer par des expériences différentes au sein des réseaux sociaux: ce que les jeunes voient sur ces plateformes est très individuel en raison des recommandations algorithmiques. Il est possible que les filles soient plus souvent en contact avec des contenus qui mettent fortement l'accent sur l'apparence physique. Des études montrent en outre que les filles ont davantage tendance à se comparer socialement vers le haut que les garçons, et qu'elles se comparent donc plus souvent à des modèles idéaux difficiles à atteindre, ce qui peut avoir un effet négatif sur leur propre image corporelle (Nesi & Prinstein, 2015; Nicholson, 2021; Steinsbekk et al., 2021). Une étude qualitative suggère que les garçons utilisent des stratégies d'adaptation plus actives lorsqu'ils sont confrontés à des contenus liés au corps sur les réseaux sociaux, par exemple en regardant délibérément des contenus qui protègent leur image de soi, et qu'ils ont davantage le sentiment de contrôler leur comportement et leurs réactions (Mahon & Hevey, 2021).

### Liens avec l'estime de soi

Le présent rapport a permis d'examiner plus avant dans quelle mesure l'intériorisation et la signification sociale des idéaux de beauté ainsi que la pression ressentie par le biais des réseaux sociaux sont liées à l'estime de soi des jeunes. Il ressort des résultats que l'intériorisation d'idéaux de beauté minces en particulier a un lien négatif avec l'estime de soi des jeunes. Plus la minceur joue un rôle important dans le concept de soi, plus l'estime de soi des jeunes est faible. Il y a probablement une relation réciproque: l'intériorisation d'un idéal de minceur difficile à atteindre conduit à une image corporelle négative et influence donc négativement l'estime de soi (Fioravanti et al., 2022; Vuong et al., 2021). Parallèlement, une faible estime de soi s'accompagne probablement d'une attitude plus critique vis-à-vis de sa propre apparence, ce qui se traduit par un désir plus marqué de changement physique (être mince).

Alors qu'un lien clairement négatif apparaît entre l'intériorisation d'un idéal de minceur et l'estime de soi des jeunes, aucun lien n'apparaît dans la présente enquête avec l'intériorisation d'images idéales de musculature. Il est possible que les images idéales de musculature représentent une moindre menace pour l'estime de soi, car elles peuvent avoir un effet activant et motiver les jeunes à faire du sport, ce qui peut à son tour améliorer le bien-être physique et psychique.

Les résultats montrent également qu'une plus grande perception de la pression exercée par les réseaux sociaux est associée à une plus faible estime de soi. Plus les jeunes se sentent poussés à changer d'apparence par des contenus sur les réseaux sociaux, plus leur estime de soi est faible. Ici aussi, on peut supposer qu'il existe une relation réciproque. Les images idéalisées au sein des réseaux sociaux favorisent les comparaisons sociales ascendantes, qui ont un impact négatif sur l'image corporelle de chacun et donc sur l'estime de soi. Une étude expérimentale a par exemple montré que le fait de regarder des vidéos de *fitpiration* sur TikTok avait une influence négative sur l'image corporelle des hommes comme des femmes (Limniou et al., 2025). Parallèlement, on peut supposer que les jeunes ayant une estime de soi plus faible et un concept de soi incertain ont davantage tendance à se comparer à des idéaux difficiles à atteindre et perçoivent donc plus fortement la pression exercée par les réseaux sociaux.

Il ressort également des résultats que l'estime de soi évolue au cours de l'adolescence et qu'elle augmente lentement entre 12 et 18 ans. Du point de vue de la psychologie du développement, ces différences spécifiques à l'âge sont notamment liées aux changements physiques et psychosociaux qui

accompagnent la puberté. Après une estime de soi relativement élevée pendant l'enfance, celle-ci diminue fortement au cours de l'école primaire en raison d'évaluations de soi de plus en plus réalistes et de la capacité de différenciation entre un soi idéal et un soi réel qui en découle (Pinquart, 2025), pour remonter progressivement pendant l'adolescence, ce qui est justifié par la réussite de tâches de développement spécifiques à l'âge (J. M. Chung et al., 2014; Orth & Robins, 2014). Il ressort en outre du présent rapport que les jeunes Suisses ont une estime de soi légèrement plus élevée que les jeunes issus de l'immigration. Une explication possible est que les jeunes issus de l'immigration sont confrontés à des défis plus importants, ce qui rend l'adaptation psychosociale plus difficile et peut conduire à davantage de problèmes d'intériorisation et d'extériorisation (Steinhausen et al., 2009).

En résumé, les résultats de l'étude montrent qu'il est important de soutenir les enfants et les adolescents dans leur approche critique des idéaux de beauté de la société et de les remettre en question ensemble. Il s'agit notamment de faire prendre conscience que les images et les vidéos véhiculées par les médias sont souvent mises en scène et retouchées et qu'elles véhiculent des idéaux irréalistes en matière de physique et d'apparence. Les idéaux de beauté ne sont toutefois pas uniquement transmis par les médias, mais également par les expériences vécues dans les groupes de pairs et dans l'environnement familial. Les adultes de référence jouent le rôle de modèles importants: une approche bienveillante de son propre corps, mais aussi une attitude respectueuse de l'apparence extérieure des autres peuvent aider les jeunes à développer une image corporelle saine.

## 6 Conseils pour les parents et les écoles...

... pour aider les jeunes à développer une image corporelle positive et à gérer les contenus sur les réseaux sociaux.

- Les personnes de référence sont des modèles dans la gestion de leur propre corps. Donnez l'exemple d'une approche bienveillante et valorisante. Veillez également à ne pas parler du corps des autres de manière (dé)valorisante.
- Les idéaux de beauté sont intériorisés dès l'enfance. Parlez aux enfants et aux adolescents des incertitudes et des pressions concernant leur apparence.
- Renforcez la confiance en soi des enfants et des jeunes en mettant en avant les capacités et les points forts individuels et en montrant que l'on peut être fier de différentes choses. Ne mettez pas l'apparence au premier plan.
- Renforcez la conscience des idéaux de beauté de la société en en parlant ensemble. Remettez en question de manière critique la pression pour une optimisation continue et parlez d'attentes réalistes vis-à-vis de votre propre corps.
- Regardez ensemble les images et les vidéos transmises par les médias. Aidez les enfants et les adolescents à porter un regard critique sur les contenus et sensibilisez-les au fait que les images sont mises en scène et souvent retouchées.

## 7 Bibliographie

- Agyapong-Opoku, N., Agyapong-Opoku, F., & Greenshaw, A. J. (2025). Effects of Social Media Use on Youth and Adolescent Mental Health: A Scoping Review of Reviews. *Behavioral Sciences*, 15(5), 574. <https://doi.org/10.3390/bs15050574>
- Avalos, L., Tylka, T. L., & Wood-Barcalow, N. (2005). The Body Appreciation Scale: Development and psychometric evaluation. *Body Image*, 2(3), 285–297. <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2005.06.002>
- Balsiger, N., Schmidhauser, V., & Jordan, M. D. (2023). *Körpergewicht und Körperbild bei Jugendlichen*.
- Bottaro, R., & Faraci, P. (2022). The Use of Social Networking Sites and Its Impact on Adolescents' Emotional Well-Being: A Scoping Review. *Current Addiction Reports*, 9(4), 518–539. <https://doi.org/10.1007/s40429-022-00445-4>
- Bozsik, F., Whisenhunt, B. L., Hudson, D. L., Bennett, B., & Lundgren, J. D. (2018). Thin Is In? Think Again: The Rising Importance of Muscularity in the Thin Ideal Female Body. *Sex Roles*, 79(9–10), 609–615. <https://doi.org/10.1007/s11199-017-0886-0>
- Cash, T. F. (2002). Cognitive behavioral Perspectives on Body Image. In T. F. Cash & T. Pruzinsky (Hrsg.), *Body images: A Handbook of Theory, Research, and Clinical Practice* (S. 269–276). Guilford.
- Cataldo, I., De Luca, I., Giorgetti, V., Cicconcelli, D., Bersani, F. S., Imperatori, C., Abdi, S., Negri, A., Esposito, G., & Corazza, O. (2021). Fitspiration on social media: Body-image and other psychopathological risks among young adults. A narrative review. *Emerging Trends in Drugs, Addictions, and Health*, 1, 100010. <https://doi.org/10.1016/j.etdah.2021.100010>
- Chung, A., Vieira, D., Donley, T., Tan, N., Jean-Louis, G., Kiely Gouley, K., & Seixas, A. (2021). Adolescent Peer Influence on Eating Behaviors via Social Media: Scoping Review. *Journal of Medical Internet Research*, 23(6), e19697. <https://doi.org/10.2196/19697>
- Chung, J. M., Robins, R. W., Trzesniewski, K. H., Noftle, E. E., Roberts, B. W., & Widaman, K. F. (2014). Continuity and Change in Self-Esteem During Emerging Adulthood. *Journal of personality and social psychology*, 106(3), 469–483. <https://doi.org/10.1037/a0035135>
- Cohen, R., Irwin, L., Newton-John, T., & Slater, A. (2019). #bodypositivity: A content analysis of body positive accounts on Instagram. *Body Image*, 29, 47–57. <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2019.02.007>
- Course-Choi, J., & Hammond, L. (2021). Social Media Use and Adolescent Well-Being: A Narrative Review of Longitudinal Studies. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 24(4), 223–236. <https://doi.org/10.1089/cyber.2020.0020>
- Fardouly, J., & Vartanian, L. (2016). Social Media and Body Image Concerns: Current Research and Future Directions. *Current opinion in psychology*, 9, 1–5. <https://doi.org/10.1016/J.COPSYC.2015.09.005>
- Fardouly, J., Willburger, B. K., & Vartanian, L. R. (2018). Instagram use and young women's body image concerns and self-objectification: Testing mediational pathways. *New Media & Society*, 20(4), 1380–1395.
- Ferguson, C. J., Kaye, L. K., Branley-Bell, D., & Markey, P. (2025). There is no evidence that time spent on social media is correlated with adolescent mental health problems: Findings from a meta-analysis. *Professional Psychology: Research and Practice*, 56(1), 73–83. <https://doi.org/10.1037/pro0000589>
- Fioravanti, G., Bocci Benucci, S., Ceragioli, G., & Casale, S. (2022). How the Exposure to Beauty Ideals on Social Networking Sites Influences Body Image: A Systematic Review of Experimental Studies. *Adolescent Research Review*, 7(3), 419–458. <https://doi.org/10.1007/s40894-022-00179-4>
- Fioravanti, G., Svicher, A., Ceragioli, G., Bruni, V., & Casale, S. (2023). Examining the impact of daily exposure to body-positive and fitspiration Instagram content on young women's mood and body image: An intensive longitudinal study. *New Media & Society*, 25(12), 3266–3288. <https://doi.org/10.1177/14614448211038904>
- Forrester-Knauss, C., Paxton, S., & Alsaker, F. (2009). Validation of the German version of the Sociocultural Attitudes Towards Appearance Questionnaire (SATAQ-G). *Body image*, 6, 113–120. <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2009.01.002>
- Grogan, S. (2021a). *Body Image: Understanding Body Dissatisfaction in Men, Women and Children* (4. Aufl.). Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781003100041>

- Grogan, S. (2021b). *Body Image: Understanding Body Dissatisfaction in Men, Women, and Children* (4. Aufl.). Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781003100041>
- Hazzard, V. M., Schaefer, L. M., Schaumberg, K., Bardone-Cone, A. M., Frederick, D. A., Klump, K. L., Anderson, D. A., & Thompson, J. K. (2019). Testing the Tripartite Influence Model among heterosexual, bisexual, and lesbian women. *Body Image*, 30, 145–149. <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2019.07.001>
- Holland, G., & Tiggemann, M. (2016). A systematic review of the impact of the use of social networking sites on body image and disordered eating outcomes. *Body Image*, 100–110. <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2016.02.008>
- Horwitz, J. (2025, Oktober 20). Exclusive: Instagram shows more ‘eating disorder adjacent’ content to vulnerable teens, internal Meta research shows. *Reuters*. <https://www.reuters.com/business/instagram-shows-more-eating-disorder-adjacent-content-vulnerable-teens-internal-2025-10-20/>
- Huang, Q., Peng, W., & Ahn, S. (2021). When media become the mirror: A meta-analysis on media and body image. *Media Psychology*, 24(4), 437–489. <https://doi.org/10.1080/15213269.2020.1737545>
- Jarman, H. K., Marques, M. D., McLean, S. A., Slater, A., & Paxton, S. J. (2021). Social media, body satisfaction and well-being among adolescents: A mediation model of appearance-ideal internalization and comparison. *Body Image*, 139–148. <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2020.11.005>
- Karazsia, B. T., Murnen, S. K., & Tylka, T. L. (2017). Is body dissatisfaction changing across time? A cross-temporal meta-analysis. *Psychological Bulletin*, 143(3), 293–320. <https://doi.org/10.1037/bul0000081>
- Külling-Knecht, C., Waller, G., Willemse, I., Deda-Bröchin, S., Suter, L., Streule, P., Settegrana, N., Jochim, M., Bernath, J., & Süss, D. (2024). JAMES – Jugend, Aktivitäten, Medien – Erhebung Schweiz. Zürich: Zürcher Hochschule für Angewandte Wissenschaften.
- Limniou, M., Duckett, H., & Mitchell, E. (2025). TikTok fitspiration and fitness ideal internalisation: Gender differences in self-esteem and body satisfaction. *Frontiers in Psychology*, 16, 1578510. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2025.1578510>
- Mahon, C., & Hevey, D. (2021). Processing Body Image on Social Media: Gender Differences in Adolescent Boys' and Girls' Agency and Active Coping. *Frontiers in Psychology*, 12. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2021.626763>
- McComb, S. E., & Mills, J. S. (2022). The effect of physical appearance perfectionism and social comparison to thin-, slim-thick-, and fit-ideal Instagram imagery on young women's body image. *Body Image*, 40, 165–175. <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2021.12.003>
- McCrory, A., Best, P., & Maddock, A. (2022). ‘It’s just one big vicious circle’: Young people’s experiences of highly visual social media and their mental health. *Health Education Research*, 37(3), 167–184. <https://doi.org/10.1093/her/cyac010>
- Memon, A., Sharma, S., Mohite, S., & Jain, S. (2018). The role of online social networking on deliberate self-harm and suicidality in adolescents: A systematized review of literature. *Indian Journal of Psychiatry*, 60(4), 384. [https://doi.org/10.4103/psychiatry.IndianJPsycho\\_414\\_17](https://doi.org/10.4103/psychiatry.IndianJPsycho_414_17)
- Mingoia, J., Hutchinson, A. D., Wilson, C., & Gleaves, D. H. (2017). The relationship between social networking site use and the internalization of a thin ideal in females: A meta-analytic review. *Frontiers in Psychology*. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2017.01351>
- Nesi, J., & Prinstein, M. J. (2015). Using Social Media for Social Comparison and Feedback-Seeking: Gender and Popularity Moderate Associations with Depressive Symptoms. *Journal of Abnormal Child Psychology*, 43(8), 1427–1438. <https://doi.org/10.1007/s10802-015-0020-0>
- Neumark-Sztainer, D., Wall, M. M., Chen, C., Larson, N. I., Christoph, M. J., & Sherwood, N. E. (2018). Eating, Activity, and Weight-related Problems From Adolescence to Adulthood. *American Journal of Preventive Medicine*, 55(2), 133–141. <https://doi.org/10.1016/j.amepre.2018.04.032>
- Nicholson, E. (2021). *Investigating the Relationship Between Social Media and Social Comparison on Body Image; Gender Differences* [Other, Dublin, National College of Ireland]. <https://norma.ncirl.ie/4868/>
- Orth, U., & Robins, R. W. (2014). The Development of Self-Esteem. *Current Directions in Psychological Science*, 23(5), 381–387. <https://doi.org/10.1177/0963721414547414>

- Perez, M., Kroon Van Diest, A. M., Smith, H., & Sladek, M. R. (2018). Body Dissatisfaction and Its Correlates in 5- to 7-Year-Old Girls: A Social Learning Experiment. *Journal of Clinical Child & Adolescent Psychology*, 47(5), 757–769. <https://doi.org/10.1080/15374416.2016.1157758>
- Pinquart, M. (2025). Entwicklung des Selbst und der Persönlichkeit. In D. Urhahne, M. Dresel, & F. Fischer (Hrsg.), *Psychologie für den Lehrberuf* (S. 393–408). Springer Berlin Heidelberg. [https://doi.org/10.1007/978-3-662-69557-9\\_19](https://doi.org/10.1007/978-3-662-69557-9_19)
- Popat, A., & Tarrant, C. (2023). Exploring adolescents' perspectives on social media and mental health and well-being – A qualitative literature review. *Clinical Child Psychology and Psychiatry*, 28(1), 323–337. <https://doi.org/10.1177/13591045221092884>
- Pürgstaller, E. (2023). Das Körperverständnis von Heranwachsenden im Kontext der Mediatisierung. *Forum Kinder- und Jugendsport*, 4(1), 59–68. <https://doi.org/10.1007/s43594-023-00093-0>
- Ricciardelli, L. A., & Yager, Z. (2015). *Adolescence and Body Image* (0 Aufl.). Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781315849379>
- Roberts, Maheux, A. J., Hunt, R. A., Ladd, B. A., & Choukas-Bradley, S. (2022). Incorporating social media and muscular ideal internalization into the tripartite influence model of body image: Towards a modern understanding of adolescent girls' body dissatisfaction. *Body Image*, 41, 239–247. <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2022.03.002>
- Roberts, T.-A., Calogero, R. M., & Gervais, S. J. (2018). Objectification theory: Continuing contributions to feminist psychology. In C. B. Travis, J. W. White, A. Rutherford, W. S. Williams, S. L. Cook, & K. F. Wyche (Hrsg.), *APA handbook of the psychology of women: History, theory, and battlegrounds* (Vol. 1). (S. 249–271). American Psychological Association. <https://doi.org/10.1037/0000059-013>
- Rodgers, R. F., & Rousseau, A. (2022). Social media and body image: Modulating effects of social identities and user characteristics. [Review]. *Body Image*, 284–291. <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2022.02.009>
- Rodgers, R. F., Slater, A., Gordon, C. S., McLean, S. A., Jarman, H. K., & Paxton, S. J. (2020). A Biopsychosocial Model of Social Media Use and Body Image Concerns, Disordered Eating, and Muscle-Building Behaviors among Adolescent Girls and Boys. *Journal of Youth and Adolescence*, 49, 399–409. <https://doi.org/10.1007/s10964-019-01190-0>
- Rosenberg, M. (1965). Rosenberg Self-Esteem Scale. *Journal of Religion and Health*. <https://doi.org/10.1037/t01038-000>
- Ryding, F. C., & Kuss, D. J. (2020). The Use of Social Networking Sites, Body Image Dissatisfaction, and Body Dysmorphic Disorder: A Systematic Review of Psychological Research. *Psychology of Popular Media*, 9(4), 412–435. <https://doi.org/10.1037/ppm0000264>
- Saiphoo, A. N., & Vahedi, Z. (2019). A meta-analytic review of the relationship between social media use and body image disturbance. *Computers in Human Behavior*, 259–275. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2019.07.028>
- Sala, A., Porcaro, L., & Gómez, E. (2024). Social Media Use and adolescents' mental health and well-being: An umbrella review. *Computers in Human Behavior Reports*, 14, 100404. <https://doi.org/10.1016/j.chbr.2024.100404>
- Salomon, I., & Brown, C. S. (2021). That selfie becomes you: Examining taking and posting selfies as forms of self-objectification. *Media Psychology*. <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/15213269.2020.1817091>
- Schaefer, L. M., Rodgers, R. F., Thompson, J. K., & Griffiths, S. (2021). A test of the tripartite influence model of disordered eating among men. *Body Image*, 36, 172–179. <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2020.11.009>
- Schär, M., & Weber, S. (2015). *Das gesunde Körperbild von Jugendlichen in der Deutschschweiz. Ergebnisse einer Befragung* (No. 35). Gesundheitsförderung Schweiz Arbeitspapier.
- Schilder, P. (1950). *The image and appearance of the human body* (American Edition). International Universities Press.
- Schønning, V., Hjetland, G. J., Aarø, L. E., & Skogen, J. C. (2020). Social Media Use and Mental Health and Well-Being Among Adolescents – A Scoping Review. *Frontiers in Psychology*, 11, 1949. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2020.01949>

- Sebastian, C., Viding, E., Williams, K. D., & Blakemore, S.-J. (2010). Social brain development and the affective consequences of ostracism in adolescence. *Brain and Cognition*, 72(1), 134–145. <https://doi.org/10.1016/j.bandc.2009.06.008>
- Shankleman, M., Hammond, L., & Jones, F. W. (2021). Adolescent social media use and well-being: A systematic review and thematic meta-synthesis. *Adolescent Research Review*, 4, 471–492. <https://doi.org/10.1007/s40894-021-00154-5>
- Sharma, A., & Vidal, C. (2023). A scoping literature review of the associations between highly visual social media use and eating disorders and disordered eating: A changing landscape. [Review]. *Journal of Eating Disorders*, 11(1), 170. <https://doi.org/10.1186/s40337-023-00898-6>
- Sherlock, M., & Wagstaff, D. L. (2019). Exploring the relationship between frequency of Instagram use, exposure to idealized images, and psychological well-being in women. *Psychology of Popular Media Culture*, 8(4), 482–490. <https://doi.org/10.1037/ppm0000182>
- Steinhausen, H.-C., Bearth-Carrari, C., & Winkler Metzke, C. (2009). Psychosocial adaptation of adolescent migrants in a Swiss community survey. *Social Psychiatry and Psychiatric Epidemiology*, 44(4), 308–316. <https://doi.org/10.1007/s00127-008-0437-7>
- Steinsbekk, S., Wichstrøm, L., Stenseng, F., Nesi, J., Hygen, B. W., & Skalická, V. (2021). The impact of social media use on appearance self-esteem from childhood to adolescence – A 3-wave community study. *Computers in Human Behavior*, 114, 106528. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2020.106528>
- Stevens, A., & Griffiths, S. (2020). Body Positivity (#BoPo) in everyday life: An ecological momentary assessment study showing potential benefits to individuals' body image and emotional wellbeing. *Body Image*, 35, 181–191. <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2020.09.003>
- Stronski, S. M. (2018). Körperbild bei Mädchen und Jungen in der Pubertät. In B. Stier, N. Weissenrieder, & K. O. Schwab (Hrsg.), *Jugendmedizin* (S. 25–29). Springer Berlin Heidelberg. [https://doi.org/10.1007/978-3-662-52783-2\\_3](https://doi.org/10.1007/978-3-662-52783-2_3)
- Suhag, K., & Rauniyar, S. (2024). Social Media Effects Regarding Eating Disorders and Body Image in Young Adolescents. *Cureus*. <https://doi.org/10.7759/cureus.58674>
- Sypeck, M. F., Gray, J. J., & Ahrens, A. H. (2004). No longer just a pretty face: Fashion magazines' depictions of ideal female beauty from 1959 to 1999. *International Journal of Eating Disorders*, 36(3), 342–347. <https://doi.org/10.1002/eat.20039>
- Thompson, J. K., & Harriger, J. A. (2023). Body image and social media: The fault lines are clear - We need a seismic correction. *Body Image*, 45, 142–144. <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2023.02.009>
- Thompson, J. K., Heinberg, L. J., Altabe, M., & Tantleef-Dunn, S. (1999). Theory assessment, and treatment of body image disturbance. *Thomson JK, Heinberg LJ, Altabe MN, Tantleef-Dunn. Exacting beauty: theory, assessment, and treatment of body image disturbance*. Washington, DC: American Psychological Association.
- Tiggemann, M. (2011). Sociocultural perspectives on human appearance and body image. In T. F. Cash & L. Smolak (Hrsg.), *Body image: A handbook of science, practice, and prevention* (2. Aufl., S. 12–19). The Guilford Press.
- Tiggemann, M., Anderberg, I., & Brown, Z. (2020). Uploading your best self: Selfie editing and body dissatisfaction. *Body Image*, 33, 175–182. <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2020.03.002>
- Vandenbosch, L., Fardouly, J., & Tiggemann, M. (2022). Social media and body image: Recent trends and future directions. *Current Opinion in Psychology*. <https://doi.org/10.1016/j.copsyc.2021.12.002>
- Vincente-Benito, I., & Ramirez-Duran, M. D. V. (2023). Influence of Social Media Use on Body Image and Well-Being Among Adolescents and Young Adults: A Systematic Review. *Journal of Psychosocial Nursing & Mental Health Services*, 61(12), 11–18. <https://doi.org/10.3928/02793695-20230524-02>
- Vuong, A. T., Jarman, H. K., Doley, J. R., & McLean, S. A. (2021). Social Media Use and Body Dissatisfaction in Adolescents: The Moderating Role of Thin- and Muscular-Ideal Internalisation. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 18(24), 13222. <https://doi.org/10.3390/ijerph182413222>
- Wang, J.-L., Wang, H.-Z., Gaskin, J., & Hawk, S. (2017). The Mediating Roles of Upward Social Comparison and Self-esteem and the Moderating Role of Social Comparison Orientation in the Association between Social

Networking Site Usage and Subjective Well-Being. *Frontiers in Psychology*, 8.  
<https://doi.org/10.3389/fpsyg.2017.00771>

Wang, Y., Xie, X., Fardouly, J., Vartanian, L. R., & Lei, L. (2021). The longitudinal and reciprocal relationships between selfie-related behaviors and self-objectification and appearance concerns among adolescents. *New Media & Society*, 23(1), 56–77. <https://doi.org/10.1177/1461444819894346>

White, S., Reynolds-Malear, J. B., & Cordero, E. (2011). Disordered Eating and the Use of Unhealthy Weight Control Methods in College Students: 1995, 2002, and 2008. *Eating Disorders*, 19(4), 323–334. <https://doi.org/10.1080/10640266.2011.584805>

Zürcher Hochschule  
für Angewandte Wissenschaften

## **Angewandte Psychologie**

Pfingstweidstrasse 96  
Case postale  
8037 Zurich, Suisse

Téléphone +41 58 934 83 10

[info.psychologie@zhaw.ch](mailto:info.psychologie@zhaw.ch)  
[www.zhaw.ch/psychologie](http://www.zhaw.ch/psychologie)