

UNIVERSITÉ DU QUÉBEC À MONTRÉAL

L'IMAGE CORPORELLE DURANT LA GROSSESSE:
LES EXPÉRIENCES ET PERCEPTIONS DES FEMMES DE
L'INFLUENCE DE FACEBOOK

MÉMOIRE
PRÉSENTÉ
COMME EXIGENCE PARTIELLE
DE LA MAÎTRISE EN SEXOLOGIE

PAR
VÉRONIQUE BISSON

JANVIER 2019

UNIVERSITÉ DU QUÉBEC À MONTRÉAL
Service des bibliothèques

Avertissement

La diffusion de ce mémoire se fait dans le respect des droits de son auteur, qui a signé le formulaire *Autorisation de reproduire et de diffuser un travail de recherche de cycles supérieurs* (SDU-522 – Rév.10-2015). Cette autorisation stipule que «conformément à l'article 11 du Règlement no 8 des études de cycles supérieurs, [l'auteur] concède à l'Université du Québec à Montréal une licence non exclusive d'utilisation et de publication de la totalité ou d'une partie importante de [son] travail de recherche pour des fins pédagogiques et non commerciales. Plus précisément, [l'auteur] autorise l'Université du Québec à Montréal à reproduire, diffuser, prêter, distribuer ou vendre des copies de [son] travail de recherche à des fins non commerciales sur quelque support que ce soit, y compris l'Internet. Cette licence et cette autorisation n'entraînent pas une renonciation de [la] part [de l'auteur] à [ses] droits moraux ni à [ses] droits de propriété intellectuelle. Sauf entente contraire, [l'auteur] conserve la liberté de diffuser et de commercialiser ou non ce travail dont [il] possède un exemplaire.»

REMERCIEMENTS

Tout au long de ma maîtrise en sexologie, mon parcours n'aurait pas été aussi enrichissant et instructif sans l'aide et le soutien de plusieurs personnes, qui m'ont fait grandir professionnellement, mais aussi personnellement. C'est avec reconnaissance que je tiens à les remercier.

Tout d'abord, je tiens à remercier ma directrice de maîtrise, Sylvie Lévesque. Merci pour ton accessibilité, ton intérêt, ton soutien, ta confiance et ta patience. Tes conseils, ta rigueur, ton expertise et ton accompagnement ont rendu cette expérience formatrice et très enrichissante en termes de compétences et de connaissances acquises. Tu m'as appris à faire preuve d'autonomie et à dépasser mes limites. Avec ton aide, cette maîtrise m'a permis d'évoluer et de progresser en tant que future professionnelle.

Je tiens à remercier mes amies et collègues pour leur écoute et leur soutien qui ont fait une énorme différence dans mon parcours. Un merci particulier à mon équipe, Laurence-Amélie, Sarah, Valérie, Myriam et Émilie qui m'ont guidée, écoutée, soutenue et rassurée dans les moments de doutes et de questionnements. Ensemble, nous avons partagé et traversé les bons comme les moins bons moments de la maîtrise. Tout au long, votre appui, votre solidarité et vos encouragements m'ont donné la force de poursuivre et compléter cette maîtrise.

Merci au programme de Bourses d'excellence de la Faculté des sciences humaines de l'UQÀM. Votre soutien financier a grandement facilité mon parcours académique.

Je veux particulièrement remercier les couples de nouveaux parents qui ont participé au projet de recherche. Vous êtes le cœur de ce projet et il n'aurait pu exister sans

vous. Votre intérêt à l'égard du projet, votre ouverture et votre authenticité m' ont profondément touchée.

Enfin, mille mercis à ma famille et un merci tout spécial à mon amoureux, partenaire de vie et complice. L'accomplissement de cette maîtrise n'aurait pas été possible sans vous. À ma famille, merci pour votre fierté, votre intérêt, votre incroyable soutien, votre écoute précieuse et vos encouragements. Malgré la distance, je vous sentais avec moi à chaque instant. À toi, mon amour, je tiens à te dire à quel point je te suis reconnaissante pour ton infailible soutien dans les meilleurs moments comme dans les plus difficiles. Merci pour ton écoute attentive, tes innombrables encouragements, ta patience sans limite et tout le réconfort que m'ont apporté ta positivité, ton calme, ta compréhension et ta confiance en moi. Je suis passée au travers de cette période importante de ma vie, grâce à toi à mes côtés qui la rendais plus belle.

TABLE DES MATIÈRES

LISTE DES FIGURES.....	viii
LISTE DES TABLEAUX.....	ix
RÉSUMÉ	x
INTRODUCTION	1
CHAPITRE I	
PROBLÉMATIQUE.....	3
CHAPITRE II	
ÉTAT DES CONNAISSANCE.....	7
2.1 Définitions.....	7
2.1.1 Définition de l'image corporelle.....	7
2.1.2 Définition des médias sociaux	8
2.2 L'image corporelle négative chez les femmes : un phénomène préoccupant.....	10
2.3 La grossesse, une période de vulnérabilité pour l'image corporelle des femmes .	11
2.4 L'image corporelle des femmes enceintes : l'influence des normes et idéaux corporels féminins véhiculés par les médias de masse	14
2.5 L'utilisation des médias sociaux et les risques d'image corporelle négative chez les femmes.....	16
2.6 L'influence des médias sociaux sur l'image corporelle des femmes durant la grossesse : un phénomène encore très peu documenté	19
2.7 La sexualité des femmes durant la grossesse : les impacts d'une image corporelle négative et des médias.....	21
2.8 L'image corporelle des femmes durant la grossesse et l'influence des médias sociaux sur celle-ci : divers facteurs de vulnérabilité et de protection	23
2.8.1 L'image corporelle chez les femmes durant la grossesse	23
2.8.3 L'influence des médias sociaux sur l'image corporelle des femmes	26

2.9 L'effet des caractéristiques individuelles et marqueurs identitaires sur l'image corporelle des femmes et l'influence des médias sociaux sur celle-ci : des résultats mitigés.....	27
CHAPITRE III	
CADRE CONCEPTUEL	30
3.1 La théorie féministe de l'objectification sociale du corps des femmes	30
3.2 Le modèle socioculturel	32
CHAPITRE IV	
MÉTHODOLOGIE.....	36
4.1 Description du projet de recherche	36
4.1.1 Contexte entourant ce projet de recherche	36
4.1.2 Approche qualitative	37
4.2 Outil de cueillette de données	38
4.3 Procédures de recrutement	39
4.4 Déroulement des entrevues	41
4.5 Stratégies d'analyses qualitatives.....	42
4.6 Considérations éthiques	44
4.7 Échantillon et profil des participantes.....	45
4.7.1 Profil sociodémographique	45
4.7.2 Profil d'utilisation de Facebook durant la grossesse.....	46
CHAPITRE V	
RÉSULTATS	49
5.1 L'image corporelle durant la grossesse : des perceptions diversifiées marquées par les normes et idéaux sociaux.....	49
5.1.1 L'image corporelle des femmes suit des parcours variés durant la grossesse	49
5.1.2 Les normes et idéaux sociaux jouent un rôle central dans la perception que les femmes ont de leur corps durant la grossesse	52
5.2 L'influence perçue du contenu et des images diffusés sur Facebook sur l'image corporelle durant la grossesse : un amalgame complexe de différents mécanismes...	54

5.2.1 La représentation du corps des femmes enceintes sur Facebook : miroir des normes véhiculées socialement.....	54
5.2.2 Le contenu et les images sur Facebook : plusieurs types d'influence sur l'image corporelle des femmes lors de la grossesse	58
5.2.2.1 Une influence positive	59
5.2.2.2 Une influence négative	60
5.2.2.3 Une absence d'influence	62
5.2.3 Différents facteurs de vulnérabilité et de protection et stratégies d'adaptation modulent l'influence de Facebook sur l'image corporelle des femmes enceintes	63
5.3 La publication ou non de photos sur Facebook : entre facteur de protection et influence positive	67
5.3.1 Le fait de ne pas publier de photo de soi : une façon de se protéger de l'influence potentiellement négative de Facebook.....	68
5.3.2 Les commentaires reçus sur les photos publiées sont positifs et agréables à recevoir	68
5.4 L'image corporelle durant la grossesse et l'influence de Facebook sur celle-ci : les caractéristiques individuelles et marqueurs identitaires pourraient engendrer des expériences diversifiées	70
CHAPITRE VI	
DISCUSSION	72
6.1 Le corps des femmes enceintes sur Facebook : au travers des normes et idéaux sociaux, une possibilité de modèles corporels diversifiés et plus réalistes	72
6.2 L'utilisation de Facebook : une influence nuancée et diversifiée sur l'image corporelle des femmes.....	74
6.2.1 Le contenu et les images sur Facebook : plusieurs types d'influence possibles sur l'image corporelle durant la grossesse	74
6.2.2 La publication de photos de soi sur Facebook : les normes et idéaux en filigrane dans les commentaires des autres	77

6.3 L'influence de Facebook sur l'image corporelle des femmes durant la grossesse nécessite la considération de multiples facteurs.....	78
6.3.1 Les facteurs de vulnérabilité et de protection et les stratégies d'adaptation : des acteurs incontournables	78
6.3.2 Caractéristiques individuelles et marqueurs identitaires : l'âge, l'orientation sexuelle et l'utilisation de Facebook.....	81
6.4 Implications pratiques	83
6.5 Limites de l'étude.....	86
6.6 Recommandations pour les recherches futures	88
CONCLUSION	90
APPENDICE A GRILLE D'ENTRETIEN	92
APPENDICE B QUESTIONNAIRE SOCIODÉMOGRAPHIQUE	94
RÉFÉRENCES.....	98

LISTE DES TABLEAUX

Tableau	Page
4.1 Présentation sommaire des participantes	47

RÉSUMÉ

Cette recherche qualitative exploratoire s'intéresse aux expériences et perceptions des femmes quant à l'influence des médias sociaux sur leur image corporelle durant la grossesse, phénomène encore peu documenté.

Cette recherche s'inscrit dans le cadre d'un projet plus large portant sur la transition à la parentalité contemporaine (Lévesque *et al.*; CRSH). La collecte de données a été menée de mars 2017 à février 2018 dans la grande région de Montréal. Vingt femmes âgées entre 27 et 38 ans, qui utilisaient Facebook et étaient mères pour la première fois d'un enfant âgé entre 6 et 18 mois ont pris part à une entrevue individuelle semi-dirigée et constituent l'échantillon sur lequel repose cette recherche.

Discutés à la lumière du modèle socioculturel et de la théorie féministe de l'objectification sociale du corps des femmes, les propos des participantes mettent en évidence que l'influence qu'a pu avoir Facebook sur leur image corporelle durant la grossesse est diversifiée et est un processus complexe composé de multiples facteurs, ce qui apporte des nuances importantes aux connaissances scientifiques actuelles. Certaines décrivent une influence négative de Facebook sur leur image corporelle lorsqu'elles étaient enceintes et d'autres la décrivent plutôt comme ayant été positive. La majorité, toutefois, indique que Facebook n'a pas eu d'influence. La façon dont le corps enceint est représenté sur Facebook et l'écart perçu entre l'idéal véhiculé et leur propre corps jouent un rôle majeur dans la façon dont Facebook a influencé ou non l'image corporelle des femmes durant la grossesse. Aussi, les données démontrent que différents facteurs de vulnérabilité et de protection et stratégies d'adaptation modulent cette influence. Au-delà des limites inhérentes à cette recherche, cette dernière permet de fournir des pistes de réflexions et d'interventions pour la promotion d'une saine image corporelle chez les femmes enceintes. Elle met également en évidence l'importance de continuer à documenter ce phénomène.

Mots-clés : Image corporelle, grossesse, médias sociaux, féminisme, recherche qualitative exploratoire

INTRODUCTION

La grossesse est un contexte particulier durant lequel les femmes vivent plusieurs changements corporels importants. En ce sens, elle est une période de vulnérabilité, alors que les rapides modifications corporelles peuvent affecter leur image corporelle (Fuller-Tyszkiewicz *et al.*, 2013; Hicks et Brown, 2016). Pendant la grossesse, les changements corporels vécus augmentent les risques qu'elles soient insatisfaites de leur corps, plus qu'à d'autres moments dans leur vie (Duncombe *et al.*, 2008; Skouteris *et al.*, 2005). Cette insatisfaction corporelle peut affecter négativement leur fonctionnement psychosocial, leur santé mentale, ainsi que leur bien-être physique, psychologique et sexuel (Chrisler, 2011; Mond *et al.*, 2013). Elle naîtrait d'un écart entre l'idéal socialement construit et l'évaluation subjective qu'elles font de leur propre corps (Duncombe *et al.*, 2008; Grogan, 2016; Serifovic Sivert et Sinanovic, 2008). En effet, le regard que les femmes portent sur leur corps est grandement influencé par les normes et idéaux socialement construits (Hodgkinson *et al.*, 2014; Mckinley, 2011a; Murnen et Seabrook, 2012). À cet effet, les médias seraient l'une des principales sources d'influence sur l'image corporelle des femmes, alors qu'ils véhiculent des normes et idéaux corporels (Fuller-Tyszkiewicz *et al.*, 2013; Gow *et al.*, 2012; Hodgkinson *et al.*, 2014; Luce *et al.*, 2016; Nash, 2011; Williams, B., 2013). De nos jours, les médias sociaux sont omniprésents, fortement accessibles et leur utilisation est grandissante (Fardouly et Vartanian, 2015; Perloff, 2014). Ils peuvent être une influence socioculturelle majeure et jouer un rôle important dans la perception que les femmes enceintes ont de leur corps (Hicks et Brown, 2016; Liechty *et al.*, 2018).

Ainsi, ce projet de recherche s'intéresse aux expériences et perceptions des femmes quant à l'influence des médias sociaux sur leur image corporelle durant la grossesse.

L'étude portant sur la transition à la parentalité contemporaine (Lévesque *et al.*; CRSH) dans laquelle s'inscrit cette recherche qualitative exploratoire a été menée de février 2017 à mars 2018, dans la région de Montréal, au Canada. Le sous-échantillon de la présente recherche est composé des 20 premières femmes rencontrées (sur 23), âgées de 27 à 38 ans, mères pour la première fois d'un enfant âgé entre 6 et 18 mois et qui utilisaient Facebook lorsqu'elles étaient enceintes. Des questions sur leur image corporelle durant la grossesse et l'influence de Facebook sur celle-ci, insérées dans la grille d'entretien utilisée dans le cadre des entrevues individuelles semi-dirigées, ont permis de recueillir des données en lien avec les objectifs de ce projet de maîtrise. L'analyse des données a été réalisée à l'aide d'un cadre conceptuel s'appuyant sur le modèle socioculturel (Tiggemann, 2011, 2012) et la théorie féministe de l'objectification sociale du corps des femmes (Fredrickson et Roberts, 1997; McKinley, 2011b; Murnen et Seabrook, 2012).

Ce mémoire comporte six chapitres. Le premier chapitre s'intéresse à la problématique de l'influence des médias sociaux sur l'image corporelle des femmes durant la grossesse. Le second chapitre présente l'état des connaissances issu d'une recension des écrits scientifiques, sur plusieurs aspects importants de l'image corporelle des femmes durant la grossesse et de l'influence des médias sur celle-ci. Le troisième aborde le cadre conceptuel qui guide l'analyse et l'interprétation des données de cette recherche et le quatrième présente la méthodologie utilisée aux fins de cette étude. Le cinquième chapitre met en lumière les résultats obtenus par le biais de la collecte de données réalisée. Finalement, le sixième et dernier chapitre propose une discussion des résultats en regard de la littérature scientifique et du cadre conceptuel.

CHAPITRE I

PROBLÉMATIQUE

Utilisés par plus de sept adultes québécois sur dix (71,7 %) (Lenhart *et al.*, 2010), les médias sociaux, tels que Facebook, Twitter ou Instagram, sont omniprésents, fortement accessibles et leur utilisation est grandissante (Lenhart *et al.*, 2010; Perloff, 2014). Parmi les réseaux sociaux, Facebook serait actuellement le plus utilisé chez les adultes (Kemp, 2017, 2018; Lenhart *et al.*, 2010). De plus, au Canada, les médias sociaux seraient particulièrement populaires auprès des femmes (Duggan et Brenner, 2013; Kemp, 2018; Kimbrough *et al.*, 2013), âgées entre 25 et 34 ans (Kemp, 2017). Toutefois, les données scientifiques indiquent que, via la comparaison et les normes sociales véhiculées, les médias sociaux influenceraient négativement l'image corporelle des femmes, c'est-à-dire la façon dont elles perçoivent leur corps, et ce, à différents moments de leur vie (Hicks et Brown, 2016; Lewallen et Behm-Morawitz, 2016).

Les données actuelles démontrent que, en étant axés sur l'apparence et le partage d'images (Mayer-Schönberger et Cukier, 2013), les médias sociaux augmenteraient le risque de comparaisons sociales nuisibles, d'intériorisation des idéaux corporels, ainsi que la pression normative à se conformer (Fardouly *et al.*, 2015a; Fardouly et Vartanian, 2015; Fardouly *et al.*, 2018; Liechty *et al.*, 2018). En ce sens, plusieurs études documentent le fait que l'utilisation des médias sociaux peut influencer de manière significative et négative la perception que les femmes ont de leur corps (Fardouly *et al.*, 2015b; Fardouly et Vartanian, 2015; Fardouly *et al.*, 2018; Lewallen et Behm-Morawitz, 2016; Stronge *et al.*, 2015).

À cet effet, alors que la grossesse est une période de vulnérabilité pour l'image corporelle des femmes en raison des rapides changements corporels qui peuvent l'affecter, surtout lors de la première grossesse (Fuller-Tyszkiewicz *et al.*, 2013), il s'avère important d'explorer ce phénomène aussi durant cette période. Les principaux résultats d'une étude quantitative réalisée au Royaume-Uni démontrent que l'utilisation des médias sociaux augmente les risques de dépression, d'anxiété et de préoccupations liées à l'image corporelle (Hicks et Brown, 2016). Une autre étude, qualitative celle-ci, réalisée aux États-Unis, s'est intéressée à l'influence des médias sur l'image corporelle durant la période périnatale, soit auprès de femmes enceintes ou en post-partum (Liechty *et al.*, 2018). Les principaux résultats de cette étude démontrent que la moitié des participantes rapportent une influence négative des médias sociaux sur leur image corporelle en raison des idéaux inatteignables véhiculés (faible prise de poids, absence de vergeture, forme physique). D'autres participantes de cette étude décrivent toutefois une influence positive des médias sociaux grâce à une représentation du corps plus réaliste, honnête et à laquelle elles pouvaient s'identifier.

Malgré tout, les recherches qui examinent le lien entre l'utilisation des médias sociaux et les préoccupations liées à l'image corporelle sont encore peu nombreuses (Fardouly et Holland, 2018; Fardouly et Vartanian, 2015; Lewallen et Behm-Morawitz, 2016; Perloff, 2014), particulièrement lors de la grossesse (Hicks et Brown, 2016). En effet, la forte majorité des études portant sur l'influence des médias sur l'image corporelle des femmes se sont intéressé aux médias de masse, tels que la télévision, les magazines, la radio et les vidéoclips (Hicks et Brown, 2016; Myers et Crowther, 2009; Perloff, 2014). Plus encore, à notre connaissance, seule deux études ont exploré l'influence de l'usage des médias sociaux sur l'image corporelle des femmes plus spécifiquement dans le contexte de la grossesse (Hicks et Brown, 2016;

Liechty *et al.*, 2018). Ainsi, peu de données permettent d'établir un portrait approfondi de ce phénomène. Cela limite notre compréhension de celui-ci et des nuances possibles quant à l'influence que peuvent avoir les médias sociaux sur l'image corporelle des femmes durant la grossesse. De plus, très peu de recherches ont exploré spécifiquement les différents facteurs de vulnérabilité et de protection en lien avec l'utilisation des médias sociaux et l'image corporelle des femmes durant la grossesse (Hicks et Brown, 2016), malgré que ces facteurs puissent moduler de façon importante les expériences des femmes. Ainsi, plusieurs questions demeurent en suspens: du point de vue des femmes, comment l'usage des médias sociaux influence-t-il spécifiquement leur image corporelle durant la grossesse? Quels sont les facteurs de vulnérabilité et de protection liés à l'influence des médias sociaux sur leur image corporelle durant cette période?

Pour pallier à ce manque de connaissances, ce projet de recherche exploratoire s'intéresse à comprendre qualitativement, à l'aide du modèle socioculturel (Tiggemann, 2011, 2012) et de la théorie féministe de l'objectification sociale du corps des femmes (Fredrickson et Roberts, 1997; McKinley, 2011b; Murnen et Seabrook, 2012), les expériences et perceptions des femmes quant à l'influence des médias sociaux sur leur image corporelle durant la grossesse. Plus précisément, cette recherche vise à : 1) documenter l'influence que peut avoir ou non Facebook sur l'image corporelle des femmes durant la grossesse; 2) décrire les facteurs de vulnérabilité et stratégies de protection liés à l'influence de Facebook sur l'image corporelle des femmes durant cette période; et 3) décrire les caractéristiques individuelles ainsi que les marqueurs sociaux qui modulent l'influence de Facebook sur l'image corporelle des femmes enceintes.

Sur le plan scientifique, cette recherche, en documentant qualitativement les expériences des femmes enceintes par rapport à l'influence des médias sociaux sur

leur image corporelle ainsi que les facteurs qui modulent cette influence, se démarque des projets actuels et permet l'avancement des connaissances. En documentant non seulement que les femmes peuvent percevoir une influence négative de Facebook sur leur image corporelle durant la grossesse, mais aussi une influence positive et une absence d'influence, cette recherche permet de contribuer aux connaissances empiriques lacunaires et d'approfondir la compréhension du phénomène. Aussi, ce projet de recherche alimente et approfondit les connaissances scientifiques quant aux multiples facteurs de vulnérabilité et de protection et aux stratégies d'adaptation qui modulent ces influences. Il démontre l'importance de les prendre en considération afin de mieux comprendre les expériences et perceptions des femmes.

D'un point de vue tant social que sexologique, cette recherche est pertinente, car elle fournit des pistes de réflexions et des connaissances sur lesquelles pourront s'appuyer les intervenant.es et professionnel.les pour développer des outils et des interventions de promotion d'une saine image corporelle chez les femmes enceintes. En effet, elle met en lumière plusieurs facteurs de vulnérabilité et de protection qui pourront être utiles afin de réduire l'influence négative que Facebook peut avoir. Cette recherche met également en évidence le potentiel d'influence positive des médias sociaux et donc le fait qu'ils peuvent être des outils intéressants et pertinents afin de favoriser une image corporelle positive chez les femmes. Cette étude s'inscrit dans une volonté de changement social afin de fournir aux femmes des modèles corporels plus réalistes et de lutter contre les normes et idéaux sociaux qui construisent et contraignent le corps. Elle pourra donc être utile afin de travailler à réduire les impacts nuisibles d'une image corporelle négative sur leur santé et leur bien-être physique, psychologique et sexuel.

CHAPITRE II

ÉTAT DES CONNAISSANCES

Ce chapitre est divisé en 9 sections. D'abord sera présenté un état des études s'étant intéressé à l'image corporelle chez les femmes en général, puis les études ayant ciblé plus spécifiquement la période de la grossesse. Ensuite seront présentés les résultats d'études ayant exploré l'influence des médias de masse, puis de recherches portant sur celle des médias sociaux sur l'image corporelle des femmes durant la grossesse. Par la suite, seront abordés les impacts d'une image corporelle négative et des médias sur la sexualité des femmes durant la grossesse. À la suite de quoi seront présentés les facteurs de vulnérabilité et de protection plus globalement liés à l'image corporelle chez les femmes enceintes, puis plus spécifiquement liés à l'influence des médias sociaux sur celle-ci. Finalement, seront abordées les caractéristiques individuelles qui peuvent moduler l'image corporelle des femmes et l'influence des médias sur celle-ci. Au fil des sections seront abordées les limites de la littérature actuelle.

2.1 Définitions

Ce mémoire porte essentiellement sur l'image corporelle et les médias sociaux. Il semble alors primordial, dans un premier temps, de définir ces deux concepts.

2.1.1 Définition de l'image corporelle

L'image corporelle est un concept multidimensionnel, subjectif et dynamique (Grogan, 2016). Il englobe les perceptions, les attitudes, les sentiments, les pensées,

l'évaluation (satisfaction ou insatisfaction à l'égard de son corps), et l'investissement (les efforts mis en place pour arriver à l'image corporelle désirée) d'une personne au sujet de son propre corps, sur divers aspects (plus particulièrement son apparence, mais aussi son poids, sa forme et sa capacité) (Cash *et al.*, 2002; Cash et Pruzinsky, 2004a; Grogan, 2008, 2016; Rallis *et al.*, 2007). L'insatisfaction corporelle renvoie à un écart entre la perception de son propre corps et le corps idéal perçu (Rallis *et al.*, 2007). Le concept d'image corporelle a souvent été adressé simplement par le biais de l'insatisfaction corporelle (Liechty *et al.*, 2018). Cependant, il est beaucoup plus complexe, englobant un large éventail de facteurs (Liechty *et al.*, 2018). En effet, influencée par des facteurs biologiques, psychologiques et sociaux, l'image corporelle comporte divers aspects cognitifs, affectifs et comportementaux et varie dans le temps, ainsi qu'en fonction de certaines situations ou contextes (Cash *et al.*, 2002; Cash et Pruzinsky, 2004a; Hodgkinson *et al.*, 2014). Les perceptions et émotions d'une personne envers son corps dirigerait ensuite ses comportements (Rudd et Lennon, 2000), par exemple les comportements alimentaires, l'entraînement et la surveillance de son corps (attention constante portée à l'apparence de son corps) (Liechty *et al.*, 2018).

2.1.2 Définition des médias sociaux

Les médias sociaux, tels que Facebook, Twitter, Instagram, Pinterest, Snapchat, Youtube et autres, permettent la création et le partage rapide de messages, vidéos et images (Perloff, 2014). Ils sont accessibles sur une multitude de dispositifs portatifs (ordinateur, cellulaire, tablette, etc.), sont disponibles en tout temps pour la visualisation, la création et l'édition de contenu et permettent une communication instantanée avec d'autres utilisateurs(trices) (Perloff, 2014). Ainsi, deux caractéristiques-clés qui distinguent les médias sociaux contemporains des médias de

masse classiques sont les notions de connectivité et d'interactivité (Perloff, 2014). Les médias sociaux permettent une connexion constante aux autres utilisateurs(trices) (amis, famille, inconnus, groupes d'individus partageant un intérêt, personnalités publiques, etc.), en ce sens où ils permettent d'avoir accès partout et en tout temps aux différentes activités des autres personnes sur ces médias (Perloff, 2014). Les médias sociaux sont des plateformes uniques d'expression personnelle, permettant aux utilisateurs(trices) de partager des mises à jour sur leur vie quotidienne et des événements importants de leur vie (De Choudhury *et al.*, 2013). Contrairement aux médias de masse, les médias sociaux permettent aussi une interactivité qui leur est propre, puisque les utilisateurs(trices) sont des émetteurs, ainsi que des récepteurs(trices), parfois pratiquement simultanément (Perloff, 2014; Sundar *et al.*, 2012).

Puisque dans le cadre de ce projet de recherche, Facebook est le media retenu, en raison de sa forte popularité, nous utiliserons des exemples et illustrations qui s'y rapportent. Facebook, créé en 2004, offre divers outils pour chercher et suivre les profils d'autres utilisateurs(trices) qui peuvent être des amis, des proches, des connaissances, des groupes d'individus et des célébrités, observer ce qu'ils publient, commentent, suivent, aiment, etc. et faire des commentaires sur leurs profils (Cramer *et al.*, 2016). De plus, Facebook offre différents outils aux utilisateurs(trices) pour être informés en temps réel de ce que les autres font, aiment, disent et publient, par le biais du fil d'actualité qui est un flux de mises à jour des activités des autres sur Facebook (Kim et Park, 2016). Ce réseau social permet à ces utilisateurs(trices) de créer des profils personnels publics ou semi-publics et de personnaliser leur profil avec des photos et des informations personnelles à propos d'eux-mêmes (Fardouly *et al.*, 2015b). Tout comme dans les magazines où les images sont éditées et parfois embellies avant d'être publiées, les utilisateurs(trices) de Facebook sont également en mesure d'éditer des images ou des vidéos avant de les télécharger sur le réseau social

(Cramer *et al.*, 2016; Fardouly *et al.*, 2015b). Ils peuvent surveiller la façon dont ils se présentent sur Facebook, afin de le faire de la manière la plus favorable possible ou d'exposer une version idéalisée d'eux-mêmes (Cramer *et al.*, 2016; Fardouly *et al.*, 2015b).

2.2 L'image corporelle négative chez les femmes : un phénomène préoccupant

Dans les sociétés occidentales, lorsqu'il est question du corps des femmes, l'accent est principalement mis sur le poids, la silhouette et l'apparence de celui-ci et, ce, même lorsqu'elles sont enceintes (Nash, 2012). Une image corporelle négative serait un phénomène fréquent et normalisé chez les femmes, dans ces sociétés où les standards de beauté sont axés sur la minceur (Neighbors et Sobal, 2007). Beaucoup de femmes issues des cultures occidentales contemporaines où ces standards sont ambiants ont développé ce qu'on appelle un «mécontentement normatif» envers leur corps, c'est-à-dire qu'il est considéré comme normal qu'elles en soient insatisfaites (Snapp *et al.*, 2012). Selon les résultats issus d'une étude menée en Australie, la majorité des femmes seraient insatisfaites de leur corps (Mond *et al.*, 2013). Plus spécifiquement, les résultats de l'étude de Mond et ses collègues (2013) réalisée auprès de 5 255 femmes australiennes âgées entre 18 et 42 ans démontrent que 86,9% des femmes ressentaient un certain degré d'insatisfaction par rapport à leur poids et à la silhouette de leur corps. Plus du tiers (39,4%) des participantes de cette étude ont indiqué une insatisfaction modérée à forte. Ces pourcentages sont préoccupants, alors que l'insatisfaction des femmes par rapport à l'apparence de leur corps affecterait négativement leur fonctionnement psychosocial, leur santé mentale, ainsi que leur bien-être physique, psychologique et sexuel (Chrisler, 2011; Mond *et al.*, 2013).

Le regard que les femmes portent sur leur corps serait grandement influencé par les normes et idéaux socialement construits (Hodgkinson *et al.*, 2014; McKinley, 2011b; Murnen et Seabrook, 2012). En effet, l'insatisfaction des femmes par rapport à leur corps naîtrait d'un écart entre l'idéal socialement construit et l'évaluation subjective qu'elles font de leur propre corps (Duncombe *et al.*, 2008; Grogan, 2008; Serifovic Sivert et Sinanovic, 2008). La perception de la silhouette et du poids idéal, intimement liée au concept d'image corporelle, est considérée comme un déterminant de la santé (Muennig *et al.*, 2008). En effet, la différence entre la perception de son corps (réel) et l'idéal corporel social (souhaité) est un aspect important et un fort prédicteur de la santé mentale et physique des femmes (Muennig *et al.*, 2008).

2.3 La grossesse, une période de vulnérabilité pour l'image corporelle des femmes

Chaque année au Québec, de nombreuses femmes vivent une grossesse : en 2017, 83 900 femmes ont mis au monde un enfant (Institut de la statistique du Québec, 2018). Phénomène loin d'être banal, la grossesse peut être à l'origine de différents bouleversements sur le plan de la santé physique, psychologique et sexuelle des femmes (Johnston et Moreno, 2014). À cet effet, les modifications corporelles et leurs impacts sur l'image corporelle des femmes sont l'un des bouleversements qui influent sur leur santé et leur bien-être (Fuller-Tyszkiewicz *et al.*, 2013; Hicks et Brown, 2016). En ce sens, la grossesse est une période de vulnérabilité, en raison des importants et rapides changements corporels qui peuvent affecter l'image corporelle des femmes (Fuller-Tyszkiewicz *et al.*, 2013; Hicks et Brown, 2016). Pendant la grossesse, les femmes sont susceptibles de réévaluer leur image corporelle alors que leur corps change, ce qui augmente les risques qu'elles soient insatisfaites de leur corps, plus qu'à d'autres moments dans leur vie (Duncombe *et al.*, 2008; Skouteris *et al.*, 2005). Ainsi, les changements corporels vécus par les femmes au cours de la

grossesse peuvent avoir différents impacts sur leur image corporelle (Skouteris *et al.*, 2005). Certaines femmes seraient davantage satisfaites de leur apparence physique et de leur corps durant la grossesse (Duncombe *et al.*, 2008; Loth *et al.*, 2011), tandis que chez d'autres, les changements corporels durant la grossesse peuvent provoquer des sentiments négatifs envers leur corps ou exacerber des sentiments négatifs déjà présents (Conrad *et al.*, 2003). Durant cette période, l'insatisfaction corporelle serait un phénomène fréquent (Skouteris, 2011), surtout lors de la première grossesse (Hicks et Brown, 2016).

Toutefois, une image corporelle négative et l'insatisfaction corporelle des femmes seraient liées à plusieurs conséquences importantes sur leur santé : elles augmenteraient les risques qu'elles souffrent de dépression, d'anxiété, de honte, d'une faible estime de soi, de gain de poids excessif durant la grossesse et de troubles de comportements alimentaires lors de cette période (Duncombe *et al.*, 2008; Fullertyszkiewicz *et al.*, 2013; Grabe *et al.*, 2008; Neighbors et Sobal, 2007; Roomruangwong *et al.*, 2017). Dans la culture occidentale médicalisée, les femmes reçoivent beaucoup de conseils sur la nutrition prénatale, les soins et l'exercice (Neiterman, 2012). Des lignes directrices établies sur les plans médical et social supposent que la grossesse est expérimentée de la même manière par toutes les femmes (Neiterman, 2012). Par exemple, en dictant les moyennes de gains de poids ou d'apports caloriques, les professionnels du domaine médical sous-tendent qu'il existe une norme de grossesse qui doit être suivie par toutes les femmes (Neiterman, 2012). Cela peut avoir comme conséquence que les femmes se sentent coupables lorsqu'elles s'écartent de cette norme et se sentent obligées de la respecter et de contrôler leur poids (Neiterman, 2012).

Selon les résultats de l'étude de Duncombe et ses collègues (2008) menée auprès de 158 femmes, âgées en moyenne de 32 ans et rencontrées à trois moments lors de la

grossesse, l'image corporelle des femmes resterait relativement stable tout au long de la grossesse. Aussi, les femmes qui étaient satisfaites de leur corps avant la grossesse ont continué à l'être tout au long de celle-ci et celles qui ne l'étaient pas avaient tendance à maintenir cette préoccupation tout au long de la grossesse (Duncombe *et al.*, 2008; Skouteris *et al.*, 2005). Les femmes accorderaient plus d'importance à leur poids et aux formes de leur corps avant la grossesse que durant celle-ci (Duncombe *et al.*, 2008). La plupart s'adapteraient aux rapides changements corporels tout au long de la grossesse et adopteraient un idéal plus réaliste à mesure que leur taille augmente (Duncombe *et al.*, 2008; Skouteris *et al.*, 2005).

Toutefois, la perception que les femmes ont de leur corps pourrait aussi fluctuer tout au long de la grossesse. Les femmes seraient plus insatisfaites de leur corps, se sentiraient moins attirantes et plus grosses au début de la grossesse (Fuller-Tyszkiewicz *et al.*, 2013; Skouteris *et al.*, 2005). À cet effet, l'importance de l'image corporelle, les troubles alimentaires, la dépression et l'insatisfaction corporelle seraient plus marqués durant le premier trimestre de la grossesse (Fuller-Tyszkiewicz *et al.*, 2013). L'étude de Nash (2012) met en évidence que certaines femmes rapporteraient des difficultés dans la négociation des changements corporels lors du premier trimestre de grossesse, alors que leur taille s'élargit mais que la grossesse n'est pas encore visible. Dans ce stade décrit comme un « entre-deux », les femmes auraient l'impression que l'apparence de leur corps ne transpose pas clairement le fait qu'elles sont enceintes et elles craindraient d'avoir seulement l'air « grosses » (Nash, 2012). Cela nuirait à leur satisfaction de l'apparence de leur corps (Nash, 2012). À l'inverse, le fait d'être consciente que la grossesse est visible à d'autres personnes contribuerait à une image corporelle positive pendant la grossesse, car cela donnerait une raison valable de prendre du poids (Clark, A. *et al.*, 2009; Nash, 2012). L'étude de Skouteris *et al.* (2005) met en évidence que les femmes se sentiraient moins grosses à la fin de la grossesse, ce qui est à l'opposé des résultats obtenus par Hicks et

Brown (2016) qui mettent en lumière que l'insatisfaction corporelle des femmes augmentait plus la grossesse avançait. L'image corporelle durant la grossesse ne serait pas nécessairement liée au poids avant celle-ci (Hicks et Brown, 2016), mais les femmes qui avaient un surplus de poids avant la grossesse seraient plus à même de vivre positivement leurs changements corporels pendant la grossesse (Chang *et al.*, 2011). Finalement, les femmes enceintes peuvent éprouver à la fois une insatisfaction corporelle et une satisfaction à différents moments de la grossesse et même simultanément (Watson *et al.*, 2016). Ainsi, il est possible de constater que les expériences des femmes en lien avec leur image corporelle sont complexes et variables tout au long de la grossesse (Watson *et al.*, 2016).

2.4 L'image corporelle des femmes enceintes : l'influence des normes et idéaux corporels féminins véhiculés par les médias de masse

La majorité des études portant sur l'influence des médias sur l'image corporelle des femmes se sont intéressé aux médias de masse, tels que la télévision, les magazines, la radio et les vidéoclips (Myers et Crowther, 2009; Perloff, 2014). Ce qui est aussi vrai pour les femmes enceintes (Hicks et Brown, 2016). En ce sens, les données actuelles démontrent que la perception que les femmes enceintes ont de leur corps serait grandement et négativement influencée par ces médias et qu'ils contribueraient à l'insatisfaction corporelle des femmes durant la grossesse (Fuller-Tyszkiewicz *et al.*, 2013; Gow *et al.*, 2012; Hodgkinson *et al.*, 2014; Luce *et al.*, 2016; Nash, 2011; Williams, B., 2013). Les représentations dans les médias de masse des idéaux corporels (forme, minceur et apparence) et de beauté, c'est-à-dire les modèles qui correspondent aux valeurs esthétiques de la société et à ce qu'elle estime être parfait, seraient l'une des principales sources de l'insatisfaction corporelle des femmes tout au long de leur vie (Grabe *et al.*, 2008). En présentant des images et des contenus qui

valorisent et mettent l'accent sur un corps mince, tonique et soigné, des seins galbés, une peau sans marque et un contrôle du poids par des diètes et des exercices durant la grossesse (Hodgkinson *et al.*, 2014; Roth *et al.*, 2012), les médias véhiculent des normes de beauté strictes et irréalistes (Liechty *et al.*, 2018). Les femmes sont exposées massivement à des images dans les médias de masse qui mettent en valeur la minceur et valorisent les femmes ayant un faible poids (Holmstrom, 2004). Ainsi, ils construisent, définissent et renforcent certains standards de beauté féminins, ainsi que l'idéal du corps parfait durant la grossesse, qui sont utilisés pour évaluer et mesurer le corps des femmes enceintes (Holmstrom, 2004; Luce *et al.*, 2016; Neiterman, 2012; Perloff, 2014; Roth *et al.*, 2012; Williams, B., 2013). L'accent est mis sur l'apparence et la forme du corps des femmes enceintes plutôt que sur sa fonctionnalité (Rubin et Steinberg, 2011).

L'image corporelle des femmes enceintes est contrainte par ces normes et idéaux. Ces standards de beauté féminins et ces idéaux corporels deviennent alors des buts à atteindre et des points de références que les femmes utilisent, consciemment ou non, pour juger leur propre corps et leur valeur sociale (Chrisler, 2011). Les normes sociales de beauté et de minceur véhiculées par les différents médias ont un impact sur les croyances des femmes à propos de la beauté féminine et du travail qu'elles doivent accomplir pour atteindre le corps qui correspond aux normes sociales, et ce même durant la grossesse (Nash, 2014). À force d'y être exposées, les femmes ressentiraient une pression constante à atteindre le corps désiré socialement et percevraient les idéaux sociaux de beauté et de féminité comme étant la norme, c'est-à-dire quelque chose d'attendu et de central auquel elles doivent correspondre pour être attirante physiquement (Grabe *et al.*, 2008; Nash, 2014; B. Williams, 2013). Un corps en forme durant la grossesse et un ventre de grossesse bien défini et sans excédent de poids sont représentés comme des réussites et des accomplissements (Nash, 2011, 2014).

De plus, les médias semblent suggérer que toutes les femmes enceintes devraient être en mesure de contrôler leur corps et leur poids tout au long de la grossesse (Hodgkinson *et al.*, 2014; Nash, 2011). Dans les vingt dernières années, les représentations médiatiques du corps des femmes enceintes ont réaffirmé les codes dominants de beauté : le contrôle des femmes sur leur corps et la minceur, durant la grossesse, sont synonymes de liberté, d'*empowerment* et de féminité (Nash, 2011). L'exercice durant la grossesse, tout comme la gestion du poids, est devenu un aspect important d'une grossesse réussie dans la négociation et la performance d'une bonne maternité (Nash, 2011). Les médias mettent l'accent sur le fait que les femmes enceintes doivent être séduisantes, radieuses sans effort et atteindre facilement les standards de beauté (Nash, 2011; Roth et al., 2012). Ils produisent des messages idéologiquement chargés sur le corps des femmes durant la grossesse et leur offrent, directement ou indirectement, des conseils sur la meilleure façon d'améliorer leur apparence et leur attractivité (Roth et al., 2012). En ce sens, de nombreuses études documentent que, en véhiculant ces normes sociales, les médias peuvent nuire grandement à l'image corporelle des femmes et donc à leur santé et leur bien-être (Cafri *et al.*, 2005; Fuller-Tyszkiewicz *et al.*, 2013; Greenberg, 2008; Grogan, 2008; Hodgkinson *et al.*, 2014; Nash, 2011; Serifovic Sivert et Sinanovic, 2008; Smolak et Thompson, 2009).

2.5 L'utilisation des médias sociaux et les risques d'image corporelle négative chez les femmes

Par le passé, la télévision et les magazines étaient les médias les plus populaires (Perloff, 2014). Cependant, l'influence des médias de masse tend à décroître, ceux-ci étant remplacés par les médias sociaux (Hicks et Brown, 2016; Perloff, 2014). En

effet, les médias sociaux sont omniprésents, fortement accessibles et leur utilisation est grandissante (Fardouly et Vartanian, 2015; Perloff, 2014; Williams, R. et Ricciardelli, 2014). Ils sont rapidement devenus une source socioculturelle de plus en plus présente d'informations et de conseils générés par les utilisateurs (Vaterlaus *et al.*, 2015). Une enquête nationale conduite par le Pew Research Centre et réalisée aux États-Unis permet de constater que les adultes âgés de 18 à 29 ans en seraient les principaux utilisateurs (Lenhart *et al.*, 2010).

Parmi les réseaux sociaux, Facebook serait actuellement le plus utilisé chez les adultes (Kemp, 2017, 2018; Lenhart *et al.*, 2010). Selon un rapport portant sur les médias sociaux et les tendances numériques dans le monde, la population canadienne est, elle aussi, adepte des différents réseaux sociaux (Kemp, 2018). Au Canada, en 2018, le nombre total d'utilisateurs actifs par mois sur Facebook a atteint 25 millions et 70% des utilisateurs de Facebook l'utilisent chaque jour (Kemp, 2018). De plus, au Canada, les médias sociaux seraient particulièrement populaires auprès des femmes (Duggan et Brenner, 2013; Kemp, 2018; Kimbrough *et al.*, 2013). En ce sens, les principaux utilisateurs de Facebook au Canada seraient les femmes âgées entre 25 et 34 ans (Kemp, 2017). Des études suggèrent que les femmes y passeraient environ 2 heures par jour (Fardouly et Vartanian, 2015; Meier et Gray, 2014). Aussi, les femmes passent plus de temps à regarder les pages d'autres utilisatrices du même genre (McAndrew et Jeong, 2012).

Les recherches qui examinent le lien entre l'utilisation des médias sociaux et les préoccupations liées à l'image corporelle sont encore peu nombreuses (Fardouly et Holland, 2018; Fardouly et Vartanian, 2015; Lewallen et Behm-Morawitz, 2016; Perloff, 2014). Les récentes études qui l'ont fait démontrent que les utilisateur(trice)s de Facebook rapportent un niveau de satisfaction corporelle significativement plus bas à celui des non-utilisateurs(trices) (Stronge *et al.*, 2015). Le format interactif et

les caractéristiques du contenu des médias sociaux, c'est-à-dire la forte présence des pairs, la publication constante d'une multitude d'images et les profils personnels, peuvent influencer de manière significative et négative la perception que les femmes ont de leur corps (Fardouly *et al.*, 2015b; Fardouly et Vartanian, 2015; Lewallen et Behm-Morawitz, 2016; Perloff, 2014).

En étant axés sur l'apparence et le partage d'images (Mayer-Schönberger et Cukier, 2013), les médias sociaux augmenteraient le risque de comparaisons sociales nuisibles, d'intériorisation des idéaux corporels, ainsi que la pression normative à se conformer (Fardouly *et al.*, 2015a). Ils contribueraient aussi à l'objectification des femmes en les présentant comme des objets, où leur valeur personnelle est représentée par leur apparence (Fredrickson et Roberts, 1997). En ce sens, comparativement aux femmes qui n'utilisent pas Facebook, les utilisatrices démontreraient un plus haut niveau d'auto-objectification et de surveillance de leur corps, c'est-à-dire qu'elles accorderaient plus d'importance à leur apparence qu'à leurs compétences et auraient plus tendance à percevoir leur corps comme un objet à regarder (Cohen *et al.*, 2017; Fardouly *et al.*, 2015a; Fardouly et Vartanian, 2015; Meier et Gray, 2014). Le risque est d'autant plus grand que les femmes seraient influencées davantage, dans leur manière de percevoir leur corps et les idéaux sociaux, par les personnes les plus proches d'elles (Fardouly *et al.*, 2015a; Holmstrom, 2004; Nash, 2011). Les interactions sur Facebook avec les amis, la famille et les pairs de même âge peuvent fournir aux femmes non seulement une plus grande opportunité de comparaison sociale (Runfola *et al.*, 2013), mais aussi des cibles de comparaison sociale plus pertinentes et réalistes (Liechty *et al.*, 2018; Runfola *et al.*, 2013). 69% des participantes de l'étude de Cramer et ses collègues (2016) rapportaient se comparer aux autres sur Facebook, ce qui en ferait une pratique courante. Par contre, puisque les utilisateurs(trices) de Facebook tendent à ne montrer et présenter que les aspects positifs d'eux-mêmes, c'est-à-dire ceux

qu'ils(elles) trouvent désirables ou dont ils(elles) sont le plus fier(e)s (Jang *et al.*, 2016; Zhao *et al.*, 2008), les personnes utilisant Facebook seraient exposées, sur ce réseau social, à du contenu presque exclusivement positif concernant les autres (Jang *et al.*, 2016; Zhao *et al.*, 2008). Tout comme pour l'exposition aux images idéalisées dans les médias de masse, le fait de regarder et de se comparer aux images et profils idéalisés des autres personnes sur Facebook pourrait avoir un impact négatif sur la façon dont les femmes s'évaluent et, par conséquent, sur leur bien-être général (Fardouly *et al.*, 2015b; Jang *et al.*, 2016).

Une tendance récente et populaire émergeant sur les médias sociaux est celle d'afficher et de suivre du contenu du type « fitspiration », c'est-à-dire qui vise à motiver à s'entraîner et à avoir une saine alimentation (Boepple *et al.*, 2016; Easton *et al.*, 2018; Fardouly et Holland, 2018). Par contre, malgré que ce contenu et ces images visent à mettre en valeur de saines habitudes de vie, ils sont largement centrés sur l'apparence, la minceur et la forme physique du corps (Boepple *et al.*, 2016; Fardouly et Holland, 2018). L'exposition à ce contenu favoriserait donc l'insatisfaction corporelle chez les femmes et un désir de correspondre à l'idéal de minceur (Boepple *et al.*, 2016; Fardouly et Holland, 2018).

2.6 L'influence des médias sociaux sur l'image corporelle des femmes durant la grossesse : un phénomène encore très peu documenté

Encore très peu de recherches ont examiné l'influence des médias sociaux sur l'image corporelle durant la période de la grossesse (Hicks et Brown, 2016; Liechty *et al.*, 2018). À ce jour, à notre connaissance, une seule étude a exploré spécifiquement l'influence de l'usage de Facebook sur l'image corporelle auprès de 269 femmes âgées entre 18 ans et 44 ans et enceintes de 4 à 40 semaines (Hicks et Brown, 2016).

Les principaux résultats de cette étude quantitative réalisée au Royaume-Uni démontrent que l'utilisation des médias sociaux, à l'instar des médias de masse, augmente les risques de dépression, d'anxiété et de préoccupations liées à l'image corporelle (Hicks et Brown, 2016). L'insatisfaction corporelle de deux femmes sur trois est directement liée à l'utilisation de Facebook et plus les femmes l'utilisent, plus elles sont insatisfaites de leur corps. De plus, les femmes plus âgées rapportent moins souvent des sentiments négatifs envers leur corps. La moitié des femmes de l'étude rapportent se comparer fréquemment aux autres femmes sur Facebook. Qui plus est, plus la grossesse est avancée, moins la femme se sent fière de son corps. Finalement, le fait de comparer leur corps et leur poids aux autres femmes enceintes, à leurs amies et aux célébrités sur Facebook ferait en sorte qu'elles rapportent être insatisfaites de leur apparence.

L'étude qualitative de Liechty et ses collègues (2018) réalisée aux États-Unis s'est intéressée à l'influence des médias sur l'image corporelle durant la période périnatale, soit auprès de 26 femmes enceintes de 20 semaines et plus et 24 femmes entre 6 et 9 mois en post-partum. Les participantes étaient encouragées à discuter de tous les médias jugés pertinents. En ce sens, certaines ont abordé l'influence de divers médias sociaux (Instagram, blogs, Facebook, YouTube, etc.). Les résultats de cette étude mettent en évidence que près de la moitié des participantes rapportent une influence négative des médias sociaux sur leur image corporelle, en raison des idéaux sociaux inatteignables dépeints. Toutefois, les propos de certaines autres participantes nuancent ces résultats, alors qu'elles décrivent une influence positive des médias sociaux grâce à une représentation du corps plus réaliste, honnête et à laquelle elles pouvaient s'identifier. En ce sens, dans le même ordre d'idées que les réflexions soulevées par d'autres auteurs précédemment, les médias sociaux pourraient exposer les femmes à des alternatives plus réalistes à l'idéal de minceur et donc avoir des impacts positifs sur leur image corporelle, (Andsager, 2014; Turner, 2014; Williams, R. et Ricciardelli, 2014). Ces auteurs mettaient de l'avant des effets potentiellement

positifs de ces médias sur la perception des femmes de leur corps (Turner, 2014). Les résultats de l'étude de Liechty et ses collègues (2018) soutiennent le fait que les médias sociaux peuvent permettre la diffusion d'une plus grande variété d'images de corps que le ferait l'utilisation stricte des médias traditionnels (Andsager, 2014; Turner, 2014). De plus, Hicks et Brown (2016) soulèvent l'hypothèse que les groupes de mères qu'on retrouve sur Facebook pourraient avoir des effets positifs sur l'image corporelle des femmes enceintes (Hicks et Brown, 2016). Cependant, cela n'a pas encore été documenté. On sait malgré tout que les groupes de mères sur les médias sociaux peuvent être une forme de soutien social (Baker et Yang, 2018). Internet serait un lieu privilégié d'information et les femmes utiliseraient des blogs et forums en ligne ou s'inscriraient sur des groupes de mères pour être guidées et soutenues durant la grossesse (Baker et Yang, 2018; Drentea et Moren-Cross, 2005; Luce *et al.*, 2016; Rodger *et al.*, 2013), par d'autres personnes qui leur sont semblables et qui ont traversé des situations similaires (Jang *et al.*, 2016; Liechty *et al.*, 2018).

Bref, les connaissances issues de la littérature actuelle sur l'influence des médias sociaux sur l'image corporelle des femmes durant la grossesse sont limitées. Le peu de données empiriques et de connaissances plus approfondies sur les perceptions et les expériences des femmes concernant ce phénomène limite la profondeur de la compréhension et l'exploration faite de celui-ci.

2.7 La sexualité des femmes durant la grossesse : les impacts d'une image corporelle négative et des médias

L'image corporelle est une composante centrale de la santé sexuelle et reproductive (Robinson *et al.*, 2002). En ce sens, des études ont démontré que, particulièrement durant le premier trimestre (Pauls *et al.*, 2008), une image corporelle négative peut

affecter directement ou indirectement le fonctionnement sexuel des femmes, à tous les stades de la réponse sexuelle (Chang *et al.*, 2011; Pauls *et al.*, 2008; Radoš *et al.*, 2014; Weaver et Byers, 2013). Une image corporelle négative est associée à une fréquence moins élevée d'activités sexuelles, une diminution de l'estime de soi sexuelle, un plus faible sentiment d'être désirable, une dysfonction sexuelle globale, un inconfort d'être nue devant le partenaire, ainsi qu'à une diminution du désir sexuel et une satisfaction sexuelle réduite (Chang *et al.*, 2011; Milhausen *et al.*, 2015; Radoš *et al.*, 2014). Ainsi, en ayant des impacts négatifs sur l'image corporelle des femmes enceintes, les médias sociaux pourraient également nuire à leur bien-être sexuel, un aspect tout aussi important de leur santé globale (Robinson *et al.*, 2002).

L'attractivité sexuelle du corps de la femme enceinte émerge en tant que nouvelle et importante facette de l'image corporelle durant la grossesse (Watson *et al.*, 2016). La première grossesse est une période particulièrement à risque, alors que les femmes apprennent à négocier leurs identités existantes pour inclure leur nouveau rôle de mère (Hodgkinson *et al.*, 2014). Il y aurait lors de cette période une incompatibilité et une dissolution de leur identité de femme sexuellement désirable, pour faire place à leur identité de mère (Hodgkinson *et al.*, 2014; Rubin et Steinberg, 2011). Toutefois, la représentation des médias du corps féminin, même durant la grossesse, est souvent très sexualisée, le corps des femmes étant exposé et jugé pour son attractivité (p.ex : les expressions *sexy moms* et *yummy mummy*, fréquemment utilisées dans les médias) (Boepple et Thompson, 2017; Halliwell, Emma *et al.*, 2011; Rubin et Steinberg, 2011) et ce sur les médias sociaux également (Ghaznavi et Taylor, 2015; Ramsey et Horan, 2017). L'intériorisation des idéaux de beauté et des normes sociales est liée à une plus grande surveillance corporelle, une faible estime sexuelle et une honte ressentie par rapport à son corps (Woertman et van den Brink, 2012).

2.8 L'image corporelle des femmes durant la grossesse et l'influence des médias sociaux sur celle-ci : divers facteurs de vulnérabilité et de protection

2.8.1 L'image corporelle chez les femmes durant la grossesse

Divers facteurs peuvent influencer la façon dont les femmes perçoivent leur corps et leur niveau de satisfaction par rapport à celui-ci (Santos Silva *et al.*, 2011). Ainsi, une faible estime de soi, des symptômes dépressifs, un haut niveau de perfectionnisme, des idéaux irréalistes, une faible assertivité et une grande importance accordée à l'apparence dans la définition de sa valeur sont des facteurs qui augmenteraient les risques d'avoir une image corporelle négative (Andsager, 2014; Holmstrom, 2004; Mask et Blanchard, 2010; Perloff, 2014). De plus, l'intériorisation de l'idéal de minceur, ainsi que les pressions perçues à correspondre aux idéaux de beauté et de minceur sont des facteurs de risque particulièrement importants dans le développement d'une image corporelle négative (Cafri *et al.*, 2005). Aussi, les femmes ayant tendance à considérer leur poids comme plus élevé que ce qu'il est en réalité et à souhaiter être plus minces sont plus insatisfaites de leur corps (Neighbors et Sobal, 2007; Wasylikiw et Williamson, 2013).

En ce qui concerne la période de la grossesse, plus spécifiquement, différents facteurs peuvent jouer un rôle dans l'adaptation des femmes aux changements corporels et dans leur perception de leur corps tout au long de celle-ci (Skouteris *et al.*, 2005). À cet effet, l'importance que les femmes accordaient à leur image corporelle avant la grossesse, l'accent mis sur la fonctionnalité du corps plutôt que l'apparence, la diminution de la surveillance et du contrôle sur le corps, leurs idéaux et leurs valeurs par rapport au corps durant la grossesse, leurs attentes concernant les changements corporels aux différents stades de celle-ci et les commentaires positifs reçus des

autres sont des facteurs pouvant influencer le niveau de satisfaction des femmes par rapport à leur corps (Clark, A. *et al.*, 2009; Watson *et al.*, 2015). De plus, la perception des femmes enceintes de leur image corporelle est modulée par les stratégies qu'elles utilisent pour se protéger contre les constructions sociales de la beauté féminine (Hodgkinson *et al.*, 2014).

Toutefois, la croyance d'avoir pris plus de poids que ce qu'elle devait selon les normes médicales et les taquineries et commentaires négatifs d'autres personnes concernant le poids pris par rapport au stade de la grossesse en cours sont des facteurs associés à une image corporelle négative chez les femmes enceintes (Clark, A. *et al.*, 2009; Skouteris *et al.*, 2005). La comparaison et la pression sociale perçue de l'entourage et des médias pour perdre du poids et être mince sont également des facteurs de vulnérabilité (Skouteris *et al.*, 2005). Ils peuvent avoir un impact sur le sentiment des femmes enceintes d'être grosses et de ne pas être en forme physiquement et attirantes, ainsi que sur l'importance qu'elles accordent au poids et à l'apparence de leur corps (Skouteris *et al.*, 2005).

Malgré les pressions omniprésentes concernant le fait d'avoir une apparence mince et de correspondre aux critères sociaux de beauté, certaines femmes se sentent satisfaites de leur corps et ne rencontrent pas de problèmes à ce niveau (Cash et Pruzinsky, 2004b). Différents facteurs de protection peuvent faire en sorte que les femmes sont en mesure de résister aux fortes pressions socioculturelles qui les incitent à être insatisfaites de leur corps si celui-ci ne correspond pas aux normes mises de l'avant (Cash et Pruzinsky, 2004b). Il est important que les recherches portant sur l'image corporelle s'attardent également à ces facteurs et à la résilience, car leur identification permet de mieux cibler les interventions préventives à mettre en place auprès des femmes afin de les aider à avoir une image corporelle positive (Cash et Pruzinsky, 2004b). Toutefois, peu d'études ont examiné le rôle des facteurs de protection dans la prévention du développement de l'insatisfaction corporelle chez

les femmes (Snapp *et al.*, 2012; Wood-Barcalow *et al.*, 2010) et ce, encore moins lors de la grossesse.

Les résultats de l'étude de Wood-Barcalow, Tylka et Augustus-Horvath (2010) font émerger certains facteurs associés à une image corporelle positive chez les femmes : apprécier la beauté, la santé et la fonctionnalité de son corps, valoriser son corps pour ce qu'il est capable de faire plutôt que pour son apparence, accepter et aimer son corps et mettre en évidence les atouts de son corps tout en minimisant l'accent mis sur les imperfections perçues. Cela inclut aussi des caractéristiques telles que de filtrer l'information reçue concernant le corps (p. ex : les commentaires sur l'apparence, les idéaux sociaux et des médias, etc.) de manière à se protéger, être consciente de la nature irréaliste et fabriquée des images dans les médias, rejeter et remettre en question les images et messages véhiculés qui peuvent influencer négativement sa perception de son corps et définir la beauté de manière générale et variée. Finalement, il s'agit aussi de prendre soin de son corps par le biais de comportements sains (p. ex : faire de l'exercice physique) et s'entourer de gens qui sont une source de soutien. Ainsi, lorsque les femmes ont une façon de se percevoir majoritairement positive et rejettent l'information négative, leur investissement envers leur corps diminue et l'évaluation qu'elles en font est plus positive (Wood-Barcalow *et al.*, 2010). En ce sens, une identité féministe serait également un facteur de protection contre une image corporelle négative (Murnen et Smolak, 2008). Les féministes reconnaissent que la discrimination envers les femmes existe (Murnen et Smolak, 2008) et sont plus susceptibles de célébrer la diversité physique chez les femmes (Rubin *et al.*, 2004). De plus, une identité féministe contribue à protéger les femmes contre l'insatisfaction envers leur corps : elle est associée à une intériorisation plus faible de l'idéal de minceur et à une plus grande résistance face aux images médiatiques qui glorifient la minceur (Murnen et Smolak, 2008). L'exploration de ces facteurs s'avèrent nécessaires afin d'avoir une compréhension plus approfondie de

l'image corporelle des femmes lors de la grossesse, les connaissances à cet effet étant limitée dans la littérature actuelle.

2.8.3 L'influence des médias sociaux sur l'image corporelle des femmes

En ce qui concerne l'influence des médias sociaux plus spécifiquement, des données récentes démontrent que la relation entre l'usage de Facebook et les préoccupations liées à l'image corporelle serait modulée par la fréquence des comparaisons basées sur l'apparence (Fardouly et Vartanian, 2015). En effet, les utilisatrices qui passent davantage de temps sur Facebook sont susceptibles de ressentir plus de préoccupations liées à leur corps, car elles compareraient plus souvent leur apparence aux autres femmes sur Facebook que les femmes qui l'utilisent moins longtemps et moins souvent (Fardouly et Vartanian, 2015). Cependant, les comparaisons sociales ainsi que le temps passé sur les réseaux sociaux ne permettraient pas d'expliquer complètement la relation entre les médias sociaux et les préoccupations liées à l'image corporelle (Hendrickse *et al.*, 2017). Des études démontrent que les activités liées aux images sur Facebook, plus que le contenu écrit ou le temps total passé sur le réseau social, seraient associées à une plus grande insatisfaction corporelle (Cohen *et al.*, 2017; Meier et Gray, 2014). Le fait de s'engager dans des activités telles que la publication de photos ou le fait de cliquer « j'aime » sur la photo de quelqu'un(e) sur Facebook serait positivement associé à des problèmes liés à l'image corporelle (Meier et Gray, 2014). Les médias sociaux permettent également une auto-divulgence (p. ex : publication d'images de soi-même et d'informations personnelles) qui peut avoir un impact nuisible sur la compréhension et la perception des femmes de leur propre corps (Turner, 2014). Aussi, les personnes qui ont un niveau d'estime de soi plus faible sont plus à risque de se comparer aux autres sur Facebook et de se sentir blessées par le biais de cette comparaison sociale (Jang *et al.*, 2016). Finalement, l'esprit critique est un facteur de protection important, c'est-à-dire la capacité à

prendre de la distance, à évaluer de manière critique et à remettre en question le contenu et les images véhiculés, à prendre des décisions éclairées sur le contenu consulté et à être conscientes et bien informées des effets négatifs des médias sociaux et des idéaux qu'ils véhiculent (Easton *et al.*, 2018; Liechty *et al.*, 2018).

Jusqu'à présent, très peu de recherches ont exploré les facteurs de vulnérabilité et de protection en lien avec l'utilisation des médias sociaux et l'image corporelle des femmes plus spécifiquement durant la période particulière qu'est la grossesse (Hicks et Brown, 2016). Cependant, l'exploration de ces facteurs est nécessaire afin de mieux comprendre les expériences et perceptions des femmes à cet effet.

2.9 L'effet des caractéristiques individuelles et marqueurs identitaires sur l'image corporelle des femmes et l'influence des médias sociaux sur celle-ci : des résultats mitigés

L'origine ethnique et l'identité culturelle peuvent moduler l'influence des médias sur l'image corporelle des femmes (Grogan, 2016). Toutefois, il est possible de croire que, indépendamment de l'origine ethnique, plus les femmes s'identifient et se conforment au groupe culturel dominant, plus elles sont susceptibles d'internaliser les idéaux de beauté et de minceur et moins elles sont satisfaites de leur corps (Sabik *et al.*, 2010; Soh *et al.*, 2006). Aussi, des résultats suggèrent l'importance d'une conceptualisation de l'image corporelle adaptée aux préoccupations différentes des femmes en fonction de leurs origines ethnoculturelles. Par exemple, des caractéristiques pertinentes telles que les cheveux et le teint de la peau seraient davantage prioritaires pour les femmes afro-américaines que les préoccupations traditionnelles d'image corporelle souvent associées aux femmes caucasiennes américaines, telles que le poids (Awad *et al.*, 2015; Baugh *et al.*, 2010).

L'âge est également un facteur important et certaines études suggèrent que les jeunes femmes seraient plus vulnérables d'avoir une image corporelle négative et de se sentir insatisfaites de l'apparence de leur corps (Easton *et al.*, 2018; Grabe *et al.*, 2008; Hicks et Brown, 2016; Perloff, 2014; van den Berg *et al.*, 2010). La fréquence d'utilisation de Facebook serait plus élevée chez les femmes plus jeunes qui rapporteraient également plus de comparaison sociale via Facebook, plus de partage de photos, plus d'interactions sociales/de groupe, plus de recherche d'informations personnelles et plus de préoccupation face à la perception des autres (Ozimek et Bierhoff, 2016). Cependant, les résultats d'autres études suggèrent que les problèmes liés à l'image corporelle ne sont pas seulement présents chez les jeunes femmes et que les femmes plus âgées peuvent également éprouver de l'insatisfaction par rapport à leur corps (Fey-Yensan *et al.*, 2002; Peat *et al.*, 2008; Saucier, 2004; Webster et Tiggemann, 2003). L'étude de Stronge *et al.* (2015) démontre que les femmes d'âge moyen (35-44 ans) qui utilisent Facebook ont un niveau de satisfaction corporelle significativement plus bas que les femmes plus âgées et celles plus jeunes.

En ce qui concerne l'orientation sexuelle, les résultats des études démontrent une ambivalence dans la littérature quant au lien entre l'orientation sexuelle et l'image corporelle. Plusieurs études suggèrent que les femmes lesbiennes ne sont pas autant concernées par leur image corporelle et affectées par les standards sociaux de beauté et rapportent moins d'insatisfaction face à leur corps que les femmes hétérosexuelles (Alvy, 2013; Morrison *et al.*, 2004). Toutefois, les résultats d'autres études démontrent que les femmes lesbiennes sont elles aussi concernées par leur apparence et poids (Kelly, 2007; Peplau *et al.*, 2009) et que les femmes hétérosexuelles et lesbiennes ne diffèrent pas significativement par rapport à leur niveau d'insatisfaction de leur corps (Conner *et al.*, 2004; Koff *et al.*, 2010; Peplau *et al.*, 2009). L'idéal corporel de la culture dominante joue un grand rôle dans l'image corporelle des

femmes et le corps des femmes lesbiennes ne fait pas exception (Kelly, 2007; Kofr *et al.*, 2010).

En résumé, les études recensées permettent de constater que la grossesse est une période particulièrement importante en ce qui concerne l'image corporelle des femmes, alors que celle-ci peut être grandement affectée par les divers changements corporels y étant associés. À cet effet, les médias sociaux, omniprésents, fortement accessibles et dont l'utilisation est grandissante, peuvent être une source d'influence importante et jouer un rôle dans la perception que les femmes ont de leur corps, par le biais des images et contenus véhiculés. Cependant, les connaissances issues de la littérature actuelle sur l'influence des médias sociaux sur l'image corporelle des femmes durant la grossesse sont limitées et lacunaires. Le phénomène est encore très peu documenté et les divers facteurs de protection et de vulnérabilité pouvant moduler cette influence sont encore peu explorés.

CHAPITRE III

CADRE CONCEPTUEL

Afin de documenter les influences potentielles des médias sociaux sur l'image corporelle des femmes durant la grossesse et les facteurs de risque et de protection qui y sont liés, cette recherche s'appuiera sur des théories socioculturelles et féministes. D'abord sera présentée la théorie féministe de l'objectification sociale du corps des femmes (Fredrickson et Roberts, 1997). Ensuite, sera présenté et illustré le modèle socioculturel (Tiggemann, 2011, 2012). Cette théorie et ce modèle permettront de soutenir et d'approfondir l'analyse des données obtenues dans le cadre de ce projet de recherche, tout en favorisant une perspective critique sur laquelle reposeront l'analyse et la discussion des résultats, dans les chapitres subséquents.

3.1 La théorie féministe de l'objectification sociale du corps des femmes

La théorie critique féministe de l'objectification sociale du corps des femmes (Fredrickson et Roberts, 1997) met en évidence que le corps existe dans un contexte social et culturel. Il est donc construit à travers les pratiques et discours socioculturels qui définissent et véhiculent des attentes sociales, normes de beauté et idéaux corporels (Fredrickson et Roberts, 1997). Phénomène fréquent dans les sociétés qui valorisent la minceur et véhiculent des idéaux corporels strictes, telles que les sociétés occidentales, l'objectification des femmes consiste en le fait que le corps d'une femme est perçu séparément de ce qu'elle est en tant que personne et est considéré comme la représentant (Fredrickson et Roberts, 1997; Muehlenkamp et Saris-Baglama, 2002). Dans les sociétés occidentales, le corps des femmes est socialement construit comme un objet à surveiller, regarder et évaluer, en fonction de la façon dont il correspond aux normes sociales (Fredrickson et Roberts, 1997). Ces normes

sont donc une grande source d'influence pour les femmes (McKinley, 2011b; Murnen et Seabrook, 2012; Slaviero, 2006). L'objectification sociale des femmes les pousse à intérioriser les standards corporels culturels et à croire qu'ils sont atteignables (Fredrickson et Roberts, 1997; McKinley, 2011b; Muehlenkamp et Saris-Baglama, 2002). Cependant, l'intériorisation de ces standards prédispose les femmes à relier l'atteinte de ces normes à leur perception de leur valeur personnelle (Fredrickson et Roberts, 1997; McKinley, 2011b). Les femmes apprennent qu'elles sont jugées par leur apparence physique et à croire que leur valeur repose sur celle-ci (Dakanalis *et al.*, 2014; Fredrickson et Roberts, 1997). L'objectification sociale façonne donc la perception qu'elles ont de leur corps et les rend plus vulnérables à l'approbation des autres (Fredrickson et Roberts, 1997; McKinley, 2011b). Les femmes apprennent à le percevoir comme un objet pouvant être scruté et critiqué (auto-objectification) et donc à accorder une importance au regard des autres et au jugement social (Fredrickson et Roberts, 1997; McKinley, 2011a, 2011b). Ainsi, elles développent une forme de conscience de soi caractérisée par une surveillance de leur corps et de leur apparence, c'est-à-dire qu'elles portent une attention particulière à leur corps en fonction de comment il apparaît aux autres (Dakanalis *et al.*, 2014; Fredrickson et Roberts, 1997; McKinley, 2011b). Dès l'enfance, les filles sont encouragées à se concentrer sur différents aspects liés à leur apparence (p. ex : ce qu'elles portent, la façon dont elles se coiffent, etc.) et apprennent à regarder leur propre corps par le biais de cette perspective extérieure (McKinley, 2011a, 2011b).

La théorie met en lumière que l'auto-objectification conduit les femmes à être hyper-conscientes et vigilantes de l'apparence de leur corps, à surveiller de façon continue leur propre corps (auto-surveillance), à s'autoévaluer en fonction de leur apparence physique et à le comparer à l'idéal (Dakanalis *et al.*, 2014; Fredrickson et Roberts, 1997; Muehlenkamp et Saris-Baglama, 2002). La forte prévalence d'images objectivant les femmes augmente les risques d'auto-objectification (Murnen, 2011) et

l'intériorisation des idéaux sociaux augmente les risques de honte corporelle et d'anxiété sociale (Dakanalis *et al.*, 2014; Fredrickson et Roberts, 1997; Murnen et Seabrook, 2012).

Comprendre l'image corporelle des femmes durant la grossesse sous cet angle féministe permettra de mieux saisir et interpréter la provenance des émotions que les femmes ont à l'égard de leur corps et de mieux cerner les influences sociales sur celui-ci. Cette théorie aura un apport important dans l'exploration de la façon dont le corps des femmes enceintes est représenté sur Facebook, média centré sur l'apparence et axé sur le partage d'images. Elle sera utile afin d'analyser puis discuter du rôle que ce média joue dans l'objectification sociale du corps des femmes et de l'influence des normes et idéaux véhiculés sur la façon dont les participantes regardaient, jugeaient, évaluaient, surveillaient et valorisaient leur corps et leur apparence durant la grossesse (intériorisation des idéaux et auto-objectification). La théorie met en évidence que des combinaisons uniques de positionnements sociaux en lien avec l'ethnicité, la classe, l'âge et autres créent des expériences diversifiées chez les femmes, ainsi que des expériences partagées par des sous-groupes particuliers (Fredrickson et Roberts, 1997). Cela soutient l'importance de mettre en lumière la diversité des expériences et les caractéristiques individuelles qui les modulent.

3.2 Le modèle socioculturel

L'influence des facteurs socioculturels sur l'image corporelle et le lien entre les médias et l'insatisfaction corporelle des femmes sont largement reconnus (Cafri *et al.*, 2005; Dakanalis *et al.*, 2014; Levine et Chapman, 2011; Paquette et Raine, 2004; Rajagopalan et Shejwal, 2014; Tiggemann, 2011, 2012). À cet effet, le modèle socioculturel de Tiggemann (2011, 2012) offre un cadre d'analyse valide, alors qu'il

présente des facteurs appuyés sur de nombreuses données empiriques auprès de différentes populations (Fitzsimmons-Craft *et al.*, 2014; Keery *et al.*, 2004; Rajagopalan et Shejwal, 2014; Shroff et Thompson, 2006; Tiggemann, 2011, 2012; van den Berg *et al.*, 2002), dont les femmes en post-partum (Lovering *et al.*, 2018). À cet égard, ce modèle apparaît pertinent pour étudier l'image corporelle durant la grossesse.

Le modèle socioculturel (Tiggemann, 2011, 2012) soutient que les normes et idéaux sociaux (p. ex : de beauté et de minceur) sont transmis par une variété de sources d'influence socioculturelles puissantes et omniprésentes, les plus importantes et documentées étant les médias, la famille et les pairs/amis (Dohnt et Tiggemann, 2006; Johnson *et al.*, 2015; Keery *et al.*, 2004; Thompson *et al.*, 1999; Tiggemann, 2011, 2012; van den Berg *et al.*, 2002). Leur influence est exercée simultanément et en interaction (Tiggemann, 2011, 2012). Le rôle que chacune de ces sources d'influence joue dans l'insatisfaction corporelle des femmes est supporté par un grand nombre de recherches (Johnson *et al.*, 2015; Keery *et al.*, 2004; Shroff et Thompson, 2006; Tiggemann, 2012; van den Berg *et al.*, 2002). Toutefois, malgré que les médias, la famille et les pairs soient identifiés comme les principaux transmetteurs des idéaux socioculturels, ce modèle reconnaît l'existence de nombreuses autres sources potentielles d'influence, tels que les conjoints, les médecins praticiens, les enseignants, etc. (Lovering *et al.*, 2018; Tiggemann, 2012).

Tel que mis en évidence par ce modèle, la transmission des idéaux sociaux ne se traduit pas nécessairement et directement en de l'insatisfaction corporelle chez les femmes. En effet, l'influence de ces différents agents socioculturels sur l'image corporelle des femmes serait plutôt modulée par différents facteurs (Tiggemann, 2011, 2012), documentés par de nombreuses études. L'un des facteurs majeurs est l'intériorisation des idéaux par les femmes, c'est-à-dire l'acceptation et l'adoption des

idéaux sociaux comme des buts à atteindre (Dakanalis *et al.*, 2014; Keery *et al.*, 2004; Levine et Chapman, 2011; Shroff et Thompson, 2006; Thompson *et al.*, 1999; Thompson et Stice, 2001; Tiggemann, 2011, 2012; van den Berg *et al.*, 2002). D'autres facteurs soulevés par ce modèle sont la comparaison sociale, soit le fait de se comparer aux autres et aux idéaux sociaux pour juger et évaluer sa propre valeur (Keery *et al.*, 2004; Neagu, 2015; Shroff et Thompson, 2006; Smolak *et al.*, 2001; Thompson *et al.*, 1999; Tiggemann, 2011, 2012; van den Berg *et al.*, 2002); l'importance accordée à l'apparence comme mesure d'évaluation de soi et des autres (schémas de l'apparence) (Clark, L. et Tiggemann, 2007; Holmstrom, 2004; Mask et Blanchard, 2010; Tiggemann, 2011, 2012; Watson *et al.*, 2016); et la pression ressentie à correspondre aux idéaux sociaux (Rajagopalan et Shejwal, 2014; Ricciardelli et McCabe, 2001; Tiggemann, 2011, 2012; van den Berg *et al.*, 2002).

La satisfaction ou l'insatisfaction d'une personne envers son corps et l'apparence de celui-ci dépendrait alors de la mesure dans laquelle elle répond ou non aux idéaux sociaux et donc de l'écart entre sa perception de son corps et les idéaux corporels, bien qu'ils soient difficiles, voire impossibles à atteindre (Tiggemann, 2011, 2012). Les idéaux sociaux font partie de scripts culturels complexes qui associent la minceur et l'attractivité au bonheur, à la désirabilité et au statut (Nash, 2011; Neiterman, 2012; Tiggemann, 2012). Cette satisfaction ou insatisfaction aurait ensuite des conséquences affectives et comportementales (p. ex : troubles alimentaires) (Dakanalis *et al.*, 2014; Halliwell, E. et Harvey, 2006; Keery *et al.*, 2004; Shroff et Thompson, 2006; Stice et Shaw, 2002; Tiggemann, 2011, 2012; van den Berg *et al.*, 2002). Malgré que le focus de ce modèle soit davantage axé sur les influences sociales, il reconnaît qu'il existe des différences et caractéristiques individuelles (facteurs génétiques, biologiques et psychologiques) (Tiggemann, 2011, 2012).

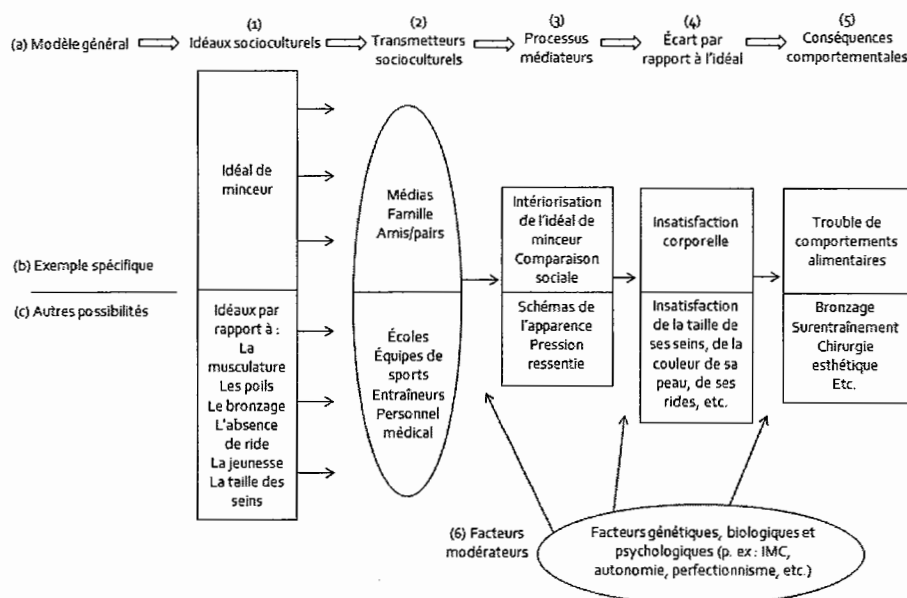


Figure 3.1. Représentation schématique du modèle socioculturel

Note. (a) Le modèle socioculturel général, (b) l'exemple spécifique le plus appliqué et étudié, et (c) les autres possibilités. Modèle traduit librement de Tiggemann (2012).

Le modèle socioculturel est un modèle holistique qui s'avèrera grandement utile pour l'analyse et la discussion de la façon dont les idéaux et normes socioculturels, par le biais des médias sociaux, influencent les perceptions, attitudes et comportements des femmes quant à leur corps (Keery *et al.*, 2004). Ce modèle inspirera les questions d'entretien permettant spécifiquement d'explorer les facteurs individuels afin de mieux comprendre comment sont modulés l'image corporelle des femmes durant la grossesse et l'influence des médias sociaux sur celle-ci. En ce sens, ce modèle soutiendra l'analyse et la discussion de la diversité des perceptions et expériences des femmes concernant l'influence qu'a pu avoir Facebook ou non sur leur image corporelle durant la grossesse. Complémentaires, la théorie féministe de l'objectification sociale et ce modèle seront d'une grande utilité afin de comprendre de façon multidimensionnelle le lien entre l'utilisation de Facebook et la perception et la satisfaction des femmes de leur corps durant la grossesse.

CHAPITRE IV

MÉTHODOLOGIE

Ce chapitre vise à présenter la méthodologie utilisée dans cette recherche. La première section permettra de décrire le projet de recherche. La deuxième section détaillera les outils de collecte de données, la troisième portera sur les procédures de recrutement, puis la quatrième présentera le déroulement des entrevues. La cinquième section précisera les procédures d'analyses qualitatives tandis que la sixième s'intéressera aux considérations éthiques. Finalement, la septième section permettra de décrire l'échantillon de ce projet de recherche et de présenter les profils des participantes.

4.1 Description du projet de recherche

4.1.1 Contexte entourant ce projet de recherche

Ce projet de recherche de maîtrise s'inscrit dans le cadre d'un projet de recherche plus large portant sur les enjeux de la transition à la parentalité contemporaine (TàP) (Lévesque et coll., CRSH, 2016-2018). Ce dernier visait à saisir les expériences, les représentations et les significations que les hommes et les femmes accordent à leur statut de nouveau parent et les défis qui y sont associés. Plus spécifiquement, il visait à : 1) identifier, à partir des témoignages de nouveaux parents, les parcours de transition à la parentalité et ses répercussions au plan individuel et conjugal; 2) analyser l'intersection du genre, de l'appartenance à une minorité racialisée et de l'âge dans le parcours de la transition à la parentalité; et 3) décrire les mécanismes individuels et dyadiques de résilience qui sont mis en œuvre par les nouveaux parents.

La présente recherche s'intéressait plus spécifiquement à l'influence de Facebook sur l'image corporelle des femmes durant la grossesse et avait, à cet effet, des objectifs distincts de ceux du projet global. En lien avec ces objectifs, les analyses de ce projet de maîtrise ont porté sur une portion spécifique des données recueillies auprès d'un sous-échantillon du projet sur la TàP. Ce projet de maîtrise est donc imbriqué dans le projet sur la TàP en ce qui concerne le recrutement, l'échantillon (sous-échantillon de 20 mères), le processus de collecte de données (questions insérées dans la grille d'entretien des entrevues individuelles auprès des mères ayant porté l'enfant) et les considérations éthiques, mais est distinct de celui-ci quant à l'objet d'étude, aux objectifs de recherche, au cadre conceptuel et aux analyses effectuées.

4.1.2 Approche qualitative

Une méthodologie qualitative a été privilégiée aux fins du projet de recherche sur la TàP et, par conséquent, celui dans le cadre de ce mémoire. Une étude qualitative permet de mieux comprendre les enjeux sociaux entourant le phénomène (Poupart, 1997). Cette méthodologie permet aussi une analyse riche et en profondeur des réalités, des perspectives et des expériences subjectives des individus (Savoie-Zajc, 2003). Ainsi, un devis qualitatif s'est avéré nécessaire afin de comprendre toute la complexité et les nuances des différentes expériences des femmes par rapport à l'influence de l'usage des médias sociaux sur leur image corporelle, durant la grossesse. De plus, une méthodologie qualitative exploratoire était idéale pour cette recherche car elle permet d'explorer un sujet peu connu (Merriam, 2009).

4.2 Outil de cueillette de données

Les données de ce projet de mémoire ont été recueillies à partir des entretiens individuels semi-directifs effectués auprès des mères ayant porté l'enfant dans le cadre du projet sur la TàP. L'entrevue est une technique de collecte de données centrale dans une perspective interprétative et constructiviste de la recherche (Savoie-Zajc, 2016). Elle vise une compréhension riche d'un phénomène et, en ce sens, est un outil privilégié d'information et d'exploration qui s'ancre dans le point de vue et le sens que les participant.es donnent à leur vécu, afin de comprendre et rendre explicite leurs perceptions, expériences et réalités (Poupart, 1997; Savoie-Zajc, 2016). Plus spécifiquement, l'entrevue semi-dirigée a été privilégiée, car elle permet l'exploration de plusieurs thèmes dont les participantes discutent librement (Savoie-Zajc, 2016). En cohérence avec les objectifs de recherche, ce type d'entrevue a permis l'établissement d'une dynamique de co-construction de sens entre la chercheure et les participantes (Savoie-Zajc, 2016). Comme les questions sont semi-dirigées, c'est-à-dire ouvertes, courtes, neutres et pertinentes (Savoie-Zajc, 2010), les participantes avaient l'occasion d'aborder des aspects plus significatifs pour elles.

L'outil de collecte de données principal est donc la grille d'entrevue qualitative semi-directive développée dans le cadre du projet sur la TàP. Dans les grilles d'entretien du projet sur la TàP, quatre questions spécifiques ont été développées afin d'avoir accès à des données qui ont permis de répondre aux objectifs de ce projet de maîtrise. Basées sur la littérature et le cadre théorique, ces quatre questions ouvertes avaient été insérées sous deux thèmes : *image corporelle* et *informations et médias sociaux*. Plus spécifiquement, elles abordaient la perception de leur corps et des changements corporels durant la grossesse, la représentation du corps des femmes enceintes et les normes sociales entourant la grossesse véhiculées sur Facebook, l'influence de Facebook sur leur perception de leur corps et les facteurs de vulnérabilité et de

protection liés à l'influence de Facebook sur leur image corporelle (voir l'encadré comportant les questions de l'Appendice A). Pendant la collecte de données, relativement peu de changements ont été apportés à la grille d'entrevue.

Un questionnaire était ensuite remis aux participantes et complété à la fin de l'entrevue. Il comportait 45 questions au total. Neuf étaient des questions sociodémographiques (p. ex : âge, lieu de naissance, groupe ethnoculturel, orientation sexuelle, etc.). Ensuite, quatre questions portaient sur les circonstances entourant la grossesse et une sur le fait de vouloir ou non d'autres enfants. Onze questions abordaient la relation de couple et la présence de violence entre les partenaires. Puis, une question visait à connaître les sujets discutés avec un.e professionnel.le de la santé lors du suivi prénatal. Dans le cadre de ce projet de mémoire, des données quantitatives ont été recueillies via 20 questions insérées dans ce questionnaire. Ces questions portaient sur leur usage de Facebook, leur perception de leur corps durant la grossesse, la pression et le soutien social ressentis concernant leur corps et l'apparence de celui-ci, ainsi que l'influence de Facebook sur leur image corporelle durant la grossesse (voir les questions relatives à la thématique de ce mémoire de l'Appendice B).

4.3 Procédures de recrutement

Le recrutement du projet TàP a eu lieu de février 2017 à mars 2018 et a été effectué via quatre différentes stratégies. Premièrement, des affiches de recrutement ont été transmises aux ressources desservant les nouveaux parents situées dans la région de Montréal (p. ex : centres périnataux), afin qu'elles soient apposées dans leurs locaux. Des affiches de recrutement ont été publiées sur une page Facebook créée spécifiquement pour le projet de recherche. Via cette page, les affiches de

recrutement ont été publiées et envoyées aux organismes pour les nouveaux parents situés dans la région de Montréal et les ressources ont été invitées à diffuser l'information auprès des nouveaux parents. Troisièmement, les intervenant.es des organismes ont été invité.es à présenter le projet de recherche à leur clientèle afin que les futurs parents intéressés soient informés et puissent contacter l'équipe. Enfin, par la méthode d'échantillonnage boule de neige, les parents rencontrés ont été invités à transmettre l'information à d'autres nouveaux parents de leur entourage (Miles et Huberman, 1994).

Dans le cadre du projet de recherche sur la TàP, 23 couples répondant à certains critères de sélection spécifiques ont été rencontrés. Nous avons rencontré des couples, dont les deux partenaires: 1. étaient parent d'un premier enfant âgé entre 6 et 18 mois; 2. étaient capables de s'exprimer en français; et 3. habitaient dans la région métropolitaine de Montréal. Afin d'avoir un échantillon plus diversifié en ce qui a trait aux origines ethnoculturelles des participant.es, lors d'une deuxième vague de recrutement, un critère d'inclusion a été ajouté, soit que les partenaires s'identifient à un autre groupe ethnoculturel que québécois/canadien. Les participant.es étaient recruté.es pour parler de leur processus de transition à la parentalité et en fonction de leur correspondance à ces critères, sans égard à ceux de ce projet de mémoire.

Pour ce projet de maîtrise, les participant.es devaient correspondre à 2 critères d'inclusion plus spécifiques : être le parent ayant porté l'enfant et avoir utilisé Facebook tout au long de la grossesse. La pertinence et la validité de ces critères étaient soutenues. En effet, les femmes seraient les principales utilisatrices des médias sociaux et en feraient un usage plus fréquent et régulier, ce qui augmenterait leur vulnérabilité (Lenhart *et al.*, 2010). Aussi, Facebook serait actuellement, parmi les médias sociaux, le plus utilisé chez les adultes (Fardouly *et al.*, 2015b; Lenhart *et al.*, 2010). Les participant.es rencontré.es dans le cadre du projet sur la TàP étant des

nouveaux parents, il s'agissait d'une première grossesse pour le parent ayant porté l'enfant, ce qui était souhaité dans le cadre de la présente recherche. La première grossesse est une période particulièrement à risque en ce qui concerne l'image corporelle, alors que les femmes vivent pour la première fois les changements corporels associés au fait d'être enceinte (Hicks et Brown, 2016). De plus, explorer le phénomène d'un point de vue rétrospectif était pertinent, car différentes préoccupations liées à l'image corporelle peuvent survenir à différents stades de la grossesse (Hicks et Brown, 2016; Watson *et al.*, 2016).

4.4 Déroulement des entrevues

Les couples intéressés à participer pouvaient joindre la chercheuse via l'adresse courriel du projet de recherche sur la TàP ou le numéro du téléphone du laboratoire de recherche. Les entrevues se sont déroulées au domicile des participant.es ou à l'Université du Québec à Montréal (UQÀM), dans des locaux réservés à cette fin. Ces lieux étaient choisis selon les disponibilités et les préférences des participant.es.

Le processus des entrevues se déroulait en quatre étapes, impliquant 2 enquêtrices, et durait en moyenne trois heures. Avant le début des entretiens, la lecture et l'explication du formulaire de consentement ont permis de réitérer les conditions importantes, telles que le but et les objectifs de la recherche, l'anonymat, la protection et la confidentialité des données et leurs droits en tant que participant.es. Les participant.es étaient également assuré.es qu'ils (elles) pouvaient en tout temps prendre une pause pendant l'entrevue ou y mettre fin. Puis, avait lieu un entretien de couple, d'une durée moyenne d'une heure, mené par l'une des intervieweuses, tandis que l'autre agissait à titre d'observatrice. À la suite de quoi, les partenaires étaient rencontrés, individuellement, mais en même temps, dans des pièces séparées, pour un

entretien individuel d'une durée moyenne d'une heure et demie. Avec l'autorisation des participant.es, les entretiens ont été enregistrés sur un support audio (enregistreur vocal) à des fins de transcription et d'analyse. Au terme de l'entrevue individuelle, la chercheuse remerciait le (la) participant.e pour sa précieuse participation et son temps. Les participant.es étaient ensuite invité.es à remplir le questionnaire sociodémographique. Enfin, chaque couple recevait une liste de ressources qu'il peut utiliser, au besoin, pour obtenir plus d'informations sur la TàP ou pour recevoir du soutien. Les participant.es étaient dédommagées pour le temps et les frais occasionnés (déplacement, gardiennage, etc.) et recevaient 40\$ chacun.e à la fin de l'entrevue.

Dans les jours suivants les entrevues faites auprès d'un couple, les chercheuses rédigeaient des notes d'entrevues afin de résumer et retenir les propos des participant.es, mais aussi de mettre en lumière leurs impressions du déroulement des entrevues, ainsi que l'état d'esprit et le langage non verbal des participant.es (p. ex : postures, hésitations, expressions faciales). Ces notes contiennent également des pistes d'analyses préliminaires.

4.5 Stratégies d'analyses qualitatives

Les données recueillies ont été analysées et interprétées en s'inspirant de l'analyse thématique et de l'analyse à l'aide de catégories conceptualisantes, basées sur une approche inductive (Paillé et Mucchielli, 2012). D'abord, les entrevues enregistrées ont été retranscrites sous forme de verbatim (Savoie-Zajc, 2016), au fur et à mesure qu'elles étaient complétées. Lors de la retranscription, l'anonymat des participant.es a été assuré en modifiant ou en omettant les noms et les lieux. Afin de s'approprier le contenu, une lecture attentive et approfondie de chacune des entrevues a été réalisée

(Paillé et Mucchielli, 2012). Ensuite, dans un premier temps, l'analyse thématique soutenue à l'aide du logiciel QSR Nvivo (version 11) a permis de découper et résumer l'ensemble des éléments présents dans les propos des participantes selon des thèmes et sous-thèmes précis et représentatifs (arbre thématique), en lien avec les objectifs de la recherche (Paillé et Mucchielli, 2012). Afin de s'assurer de la justesse et de la validité de la thématisation, une analyse en collaboration avec les autres membres de l'équipe de recherche a été effectuée sur une portion des données, à l'aide de la méthode inter-juges. Une version préliminaire de l'arbre thématique proposé a été validée par la chercheuse principale, Sylvie Lévesque et présentée aux co-chercheuses. La démarche de thématisation a été effectuée en continue, c'est-à-dire qu'elle a débuté dès les premières entrevues effectuées et s'est déroulée de façon simultanée à la collecte de données (Paillé et Mucchielli, 2012). Ainsi, l'arborescence des thèmes et sous-thèmes a été modifiée, bonifiée, révisée et raffinée progressivement, tout au long de l'analyse des autres entrevues (Paillé et Mucchielli, 2012). Les différents thèmes ont parfois été fusionnés, subdivisés, regroupés et hiérarchisés, à partir des ressemblances et points communs mais aussi des dissemblances et oppositions dans les propos des participantes (Paillé et Mucchielli, 2012). Puis, dans un deuxième temps, une fois la dénomination par thèmes complétée (analyse thématique), la mise en relation des thèmes a permis de passer d'une étape plus descriptive du corpus de données vers une étape plus interprétative et de faire émerger des catégories conceptualisantes qui expliquaient le phénomène plutôt que de seulement le décrire. En effet, la catégorie « va au-delà de la désignation de contenu pour incarner l'attribution même de la signification » (Paillé et Mucchielli, 2012). Finalement, l'analyse a ensuite consisté à dégager les relations possibles et les liens logiques qui unissent les catégories conceptuelles entre elles (Paillé et Mucchielli, 2012). Tout au long du processus d'analyse, des rencontres avec les collègues et la chercheuse principale ont permis de vérifier la clarté et la validité des thèmes, sous-thèmes et catégories, ainsi que des liens entre eux.

En ce qui a trait aux données recueillies par le biais du questionnaire sociodémographique, aucune analyse statistique n'a été effectuée, considérant la taille réduite de l'échantillon. Ces données ont toutefois permis d'établir des fréquences et d'effectuer des tableaux descriptifs. Elles ont été utiles à la compréhension et à l'analyse des données issues des entretiens, ont permis de les compléter et ont aidé à dresser des profils.

4.6 Considérations éthiques

Le projet sur la TàP a été approuvé par le Comité d'éthique de la recherche avec des êtres humains de l'UQÀM, numéro du certificat : 2017_e_1636 émis le 2 février 2017. Dans cette demande éthique, le nom de la chercheuse de cette recherche de maîtrise est inscrit en tant qu'étudiante travaillant comme auxiliaire de recherche sur le projet sur la TàP, mais aussi à titre d'utilisatrice des données secondaires. Différentes stratégies ont été utilisées afin de s'assurer des droits et du bien-être des participant.es (Martineau, 2007). Tel que mentionné plus haut, avant le début des entretiens, un formulaire de consentement était lu et signé par les participant.es et la chercheuse. Afin d'être en mesure de fournir un consentement libre et éclairé, les participant.es étaient encouragé.es à poser toutes les questions nécessaires. Ce formulaire indiquait les procédures de la recherche, la nature et la durée de la participation, les avantages et les risques liés à la participation, ainsi que les coordonnées des personnes responsables. Les participant.es étaient aussi assurés de la confidentialité de l'étude, du respect de leur vie privée et de la dépersonnalisation des données (p. ex : noms, date de naissance, lieux). Aussi, ce formulaire assurait aux participant.es que leur participation était volontaire, qu'ils(elles) pouvaient mettre fin à l'entretien et qu'ils(elles) pouvaient se retirer du projet en tout temps, sans

préjudice. Finalement, une liste identifiant des ressources et services d'aide psychologique et sexologique était remise aux participant.es à la fin de la rencontre.

4.7 Échantillon et profil des participantes

L'échantillon du présent projet de recherche est composé des 20 premières participantes rencontrées (sur 23) dans le cadre du projet sur la TàP. L'atteinte de la saturation des données explique la taille de l'échantillon. La collecte de données pour ce projet de mémoire a été arrêtée lorsque les catégories d'analyse ont atteint un point de saturation, c'est-à-dire que les nouvelles données n'ajoutaient pas de nouveau sens à ce qui était déjà compris (Savoie-Zajc, 2007).

4.7.1 Profil sociodémographique

Comme présenté dans le tableau 4.1, l'échantillon final de ce projet de recherche est composé de 20 femmes, âgées entre 27 et 38 ans, pour une moyenne de 31 ans. Dans cet échantillon, 18 participantes ont indiqué être nées au Canada. Deux participantes ont indiqué comme pays d'origine la France. Elles vivent au Canada depuis 6 et 10 ans respectivement. Ces données correspondent également au groupe ethnique/culturel auquel les femmes s'identifient, alors que 18 femmes se sont identifiées comme canadiennes/québécoises et 2 femmes comme françaises. Presque toutes les femmes (19) sont citoyennes canadiennes, avec seulement 1 femme ayant indiqué être résidente permanente. Par rapport à leur orientation sexuelle, 13 femmes ont indiqué être hétérosexuelles (65%), 3 participantes ont inscrit être lesbiennes (15%), 2 bisexuelles (10%), 1 avoir une orientation sexuelle queer (5%) et 1 être bi-

curieuse (5%). En ce qui concerne le plus haut niveau d'études complété, la moitié des participantes (10/20) a indiqué qu'elle a complété le premier cycle universitaire, le quart des femmes rencontrées (5/20) a complété un deuxième cycle universitaire, 4 femmes (20%) ont complété un niveau collégial (régulier ou programme technique) et 1 des participantes (5%) a complété un niveau secondaire (régulier ou professionnel). Lorsque questionnées sur leur principale occupation, 9 d'entre elles (45%) ont indiqué avoir un emploi à temps plein, 6 participantes (30%) ont inscrit être en congé parental ou de maternité, 3 participantes (15%) être aux études à temps plein, 1 participante (5%) avoir un emploi à temps partiel et 1 participante (5%) être en recherche d'emploi. La majorité des participantes (17/20) évaluent leur degré d'aisance financière comme plutôt satisfaisant, 2 d'entre elles (10%) comme très satisfaisant et l'une des femmes (5%) comme plutôt insatisfaisant.

4.7.2 Profil d'utilisation de Facebook durant la grossesse

Tout au long de la grossesse, près de la moitié des participantes, soit 9 femmes (45%) ont indiqué qu'elles utilisaient Facebook plusieurs fois par jour, le même nombre de femmes (45%) ont inscrit qu'elles l'utilisaient une à deux fois par jour et 2 femmes (10%) ont indiqué qu'elles l'utilisaient quelques fois par semaine. L'ensemble des participantes rencontrées a utilisé Facebook tout au long de leur grossesse. Durant la grossesse, 8 femmes (40%) n'ont jamais publié de photos d'elles sur Facebook, le même nombre de participantes (40%) a parfois publié des photos d'elles et 4 femmes de l'échantillon (20%) ont indiqué avoir rarement publié des photos d'elles.

Le tableau présenté ci-dessous illustre les principales caractéristiques des femmes du sous-échantillon de cette recherche, relativement au phénomène étudié.

Tableau 4.1 Présentation sommaire des participantes

Nom	Âge	Groupe ethnoculturel	Orientation sexuelle	Niveau d'études	Utilisation de Facebook
Laura	32	Québécois	Queer	Universitaire (cycles supérieurs)	1 à 2 fois/jour
Anna	30	Québécois	Hétérosexuelle	Universitaire (1er cycle)	Plusieurs fois/jour
Kateri	29	Québécois	Hétérosexuelle	Universitaire (cycles sup.)	Quelques fois/semaine
Judith	27	Québécois	Bi-curieuse	Secondaire	Plusieurs fois/jour
Rachel	27	Québécois	Hétérosexuelle	Collégial	1 à 2 fois/jour
Léa	36	Français	Hétérosexuelle	Universitaire (1er cycle)	Quelques fois/semaine
Mireille	38	Québécois (minorité visible noire)	Hétérosexuelle	Universitaire (1er cycle)	1 à 2 fois/jour
Sarya	29	Québécois	Hétérosexuelle	Universitaire (1er cycle)	1 à 2 fois/jour
Nadine	30	Québécois	Hétérosexuelle	Universitaire (1er cycle)	Plusieurs fois/jour
Coralie	31	Québécois	Hétérosexuelle	Universitaire (1er cycle)	1 à 2 fois/jour
Tamara	34	Québécois	Hétérosexuelle	Universitaire (1er cycle)	1 à 2 fois/jour
Lydia	30	Québécois	Lesbienne	Universitaire (cycles sup.)	Plusieurs fois/jour
Roxane	31	Québécois	Hétérosexuelle	Universitaire (cycles sup.)	1 à 2 fois/jour
Gabie	30	Français	Hétérosexuelle	Universitaire (cycles sup.)	Plusieurs fois/jour
Anita	26	Québécois	Hétérosexuelle	Collégial	1 à 2 fois/jour
Nadja	26	Québécois	Bisexuelle	Universitaire (1er cycle)	Plusieurs fois/jour

Adèle	27	Québécois	Bisexuelle	Collégial	Plusieurs fois/jour
Sofia	32	Québécois	Lesbienne	Collégial	Plusieurs fois/jour
Marylou	33	Québécois	Lesbienne	Universitaire (1er cycle)	1 à 2 fois/jour
Jennifer	36	Québécois	Hétérosexuelle	Universitaire (1er cycle)	Plusieurs fois/jour

CHAPITRE V

RÉSULTATS

Ce projet de recherche porte sur les expériences et perceptions des femmes quant à l'influence qu'a pu avoir ou non Facebook sur leur image corporelle durant la grossesse. Les résultats sont ainsi rapportés sous quatre thèmes principaux : 1) l'image corporelle des femmes durant la grossesse; 2) l'influence du contenu et des images auxquels les femmes ont été exposées via Facebook sur leur image corporelle durant la grossesse; 3) l'influence de la publication par les femmes de photos d'elles-mêmes durant la grossesse sur leur image corporelle lors de cette période; et finalement 4) la modulation de leur trajectoire d'image corporelle et de l'influence ressentie de Facebook sur celle-ci par les marqueurs identitaires et les caractéristiques individuelles des femmes.

5.1 L'image corporelle durant la grossesse : des perceptions diversifiées marquées par les normes et idéaux sociaux

5.1.1 L'image corporelle des femmes suit des parcours variés durant la grossesse

L'analyse des discours des femmes rencontrées lors des entretiens individuels révèle des parcours diversifiés quant à l'image corporelle durant la grossesse. Globalement, quatre typologies peuvent être dégagées : 1) *la satisfaction et l'acceptation harmonieuse des changements corporels générés par la grossesse*; 2) *la perception négative des modifications corporelles liées à la grossesse*; 3) *la négociation ambiguë ou ambivalente des changements corporels durant la grossesse*; et finalement, 4) *la perception du corps modulée positivement ou négativement au fil de la grossesse*.

Ainsi, neuf des 20 femmes rencontrées décrivent positivement les changements corporels durant leur grossesse et étaient satisfaites de l'apparence de leur corps tout au long de celle-ci. Malgré une grande prise de poids, 2 participantes étaient très satisfaites et fières de leur corps et de leur apparence durant la grossesse. Pour les 7 autres, les changements corporels vécus sont rapportés comme limités, induisant une petite prise de poids et une absence de vergeture. Le fait que les modifications corporelles liées à la grossesse soient limitées est une source de satisfaction pour ces femmes et a favorisé une image corporelle positive durant cette période.

Pendant ma grossesse, j'ai toujours été super fière de mon ventre. Je ne sais pas si c'est la raison pour laquelle j'avais un ventre très proéminent. Le monde pensait que j'avais des jumeaux quasiment. J'étais fière et j'étais contente d'être enceinte et je le portais très bien. [...] Pendant la grossesse, 23 kilos en plus. Je faisais quasiment 100 kilos, mais... Je l'ai très bien vécu. J'étais même contente d'être grosse. (Léa, 36 ans)

Bien, j'ai quand même été chanceuse. Je n'ai pas eu beaucoup de changements. Tu sais, je n'ai pas eu de vergetures. Comme je disais, je n'ai pas pris beaucoup de poids ailleurs que le ventre. [...] Fait qu'au niveau de mon corps, il a fait une bonne job, là, pendant la grossesse. J'étais fière de lui. T'sais, j'ai pris mon poids de façon graduelle. Ça bien été pour ça, là. (Rachel, 27 ans)

Pour deux femmes rencontrées, les changements corporels durant la grossesse ont provoqué des sentiments négatifs ou ont exacerbé des sentiments négatifs déjà présents envers leur apparence et leur poids. Pour Nadja qui dit avoir toujours eu un rapport difficile à son corps et particulièrement à son poids qu'elle contrôlait à l'aide de drogues, sa prise de poids qu'elle rapporte comme étant importante durant la grossesse a été une grande source d'insatisfaction corporelle. Les normes médicales de gain de poids et les pesées régulières par les médecins ont alimenté cette insatisfaction. Pour Adèle, les nombreux changements corporels durant la grossesse et leurs effets permanents sur son corps sont perçus comme un « sacrifice » de celui-

ci. Ils ont eu un impact négatif sur son bien-être physique et ont nui à son estime d'elle-même.

Avant d'être enceinte, j'étais toute mince, j'avais une très belle estime de moi. Ça allait bien. J'étais à l'aise avec mon corps. En grossesse, on prend des formes, puis là, plus la grossesse avançait, plus je me sentais grosse, puis patate, fatiguée, les vergetures qui apparaissent. C'est beaucoup de marques sur le corps qui vont rester à vie. Je trouvais ça difficile de faire un sacrifice [...]. Je trouvais ça dur de voir mon corps changer comme ça. (Adele, 27 ans)

Finalement, pour neuf participantes, leur image corporelle durant la grossesse n'était pas complètement et strictement soit positive ou négative. Pour sept d'entre elles, leurs sentiments face aux changements corporels tout au long de la grossesse étaient ambigus, à la fois positifs et négatifs, ou ambivalents, c'est-à-dire que certaines modifications et aspects de leur corps étaient perçus positivement et d'autres négativement.

Mais je me souviens que de voir ces seins-là grossir, de voir comme toute la féminité que ça impliquait, j'étais comme : « Oh. Pas sûre. » Fait que je n'étais pas super bien. Mais en même temps, je me sentais comme belle, plus. C'était ambigu finalement. (Laura, 32 ans)

Pour deux autres participantes, Anna et Coralie, leur perception de leur corps s'est modulée au cours de la grossesse, alors qu'elle était positive ou négative en fonction des changements corporels au cours des trimestres. Au début de la grossesse, le fait de prendre du poids sans que la grossesse ne soit encore apparente ont entraîné, chez ces femmes, de l'insatisfaction envers leur corps. L'impression que l'apparence de leur corps ne transposait pas clairement le fait qu'elles sont enceintes et la crainte d'avoir seulement l'air « grosses » a influencé négativement leur perception de leur image corporelle. Toutefois, à partir du deuxième trimestre, lorsque la grossesse est devenue visible, les participantes rapportent s'être senties bien dans leur corps, belles et avoir eu une perception positive des changements associés à la grossesse. Pour Anna, cette perception positive de son corps s'est perpétuée jusqu'à la fin de la

grossesse. Pour Coralie, cependant, à la fin de la grossesse, l'accumulation du poids pris tout au long de celle-ci a suscité des sentiments négatifs envers son corps qu'elle considérait, à ce stade, gros. Ces sentiments étaient alimentés par des commentaires désobligeants de l'entourage sur le fait qu'elle avait pris beaucoup de poids.

5.1.2 Les normes et idéaux sociaux jouent un rôle central dans la perception que les femmes ont de leur corps durant la grossesse

Malgré que les parcours d'image corporelle des femmes durant la grossesse soient diversifiés, des tendances émergent des propos des participantes. Notamment, ils mettent en lumière les idéaux corporels sociaux de beauté et de minceur auxquels le corps des femmes enceintes doit correspondre. Ces idéaux ont une forte influence sur la façon dont les participantes ont perçu et évalué leur corps et leur apparence durant leur grossesse. Par exemple, la majorité d'entre elles (12 sur 20) perçoit positivement le fait de ne pas avoir pris beaucoup de poids, ne pas avoir pris du poids ailleurs qu'au niveau du ventre et/ou de ne pas avoir eu de vergeture ou que celles-ci ne soient pas visibles. À l'opposé, 4 participantes ont perçu négativement le fait d'avoir pris ce qu'elles considèrent comme beaucoup de poids ou d'avoir eu des vergetures.

La mesure dans laquelle les femmes correspondaient ou non à cet idéal d'un corps enceint mince et sans marque visible a joué un rôle majeur dans la perception de leur corps durant la grossesse et leur satisfaction à l'égard de celui-ci. Ainsi, il est possible de constater que moins les participantes perçoivent qu'il y a d'écart entre cet idéal et leur propre corps, plus elles ont une image corporelle positive. Les femmes sont, consciemment ou inconsciemment, satisfaites lorsqu'elles correspondent à ces critères du corps idéal durant la grossesse qu'elles semblent avoir intériorisés.

Je n'ai pas pris tant de poids que ça. [...] Puis c'est sûr qu'il y a une petite fierté dans la société d'aujourd'hui de dire que tu n'as pas pris tant de poids que ça. (Judith, 27 ans)

Je souhaitais que j'aie une bedaine par en avant et non que j'aie enflé de partout. Et on se le fait dire : « Tu es bien belle! Tu as juste pris de la bedaine! » Fait que ça veut dire que si tu prends du poids ailleurs, ce n'est pas bien. C'est souvent de même que c'est verbalisé dans la société en général. (Sofia, 32 ans)

Puis là, la grossesse, ça bien été par exemple parce que j'ai vraiment juste pris du ventre. [...] C'est ça, j'avais juste pris du ventre. De dos, ça ne paraissait même pas que j'étais enceinte fait que c'était vraiment bien. C'était parfait, dans le fond. (Anita, 28 ans)

Pour deux participantes qui avaient un surpoids avant d'être enceinte, la grossesse a eu un impact positif sur leur image corporelle en leur permettant de se rapprocher de cet idéal d'un corps sans excédent de poids. Pour l'une d'entre-elles, la grossesse a permis de valoriser et voir positivement son corps dans le fait qu'il était enceint et non plus gros et, pour l'autre, elle a entraîné une perte de poids qui a favorisé une image corporelle positive. À l'opposé, le fait de ne pas correspondre à ces idéaux a affecté négativement l'image corporelle de certaines femmes : « Même si j'étais super contente d'être enceinte, ça m'a affectée de grossir ailleurs que du ventre » (Sarya, 29 ans).

Ces standards et idéaux corporels exercent donc une forte pression sur les participantes vis-à-vis leur corps. Intériorisés par les femmes, ils font en sorte que le poids et les vergetures sont de fortes préoccupations et des enjeux centraux dans leur image corporelle lors de cette période, même lorsqu'elles souhaiteraient que ce ne soit pas le cas.

Bien ça reste que ce que la femme enceinte veut, c'est de ne pas prendre plus de poids que le poids recommandé ou la moyenne. Tu vas te comparer là-dessus : « Ah, j'ai réussi à juste prendre tant de livres ». C'est frustrant parce

que tu as beau ne pas vouloir y penser, tu y penses pareil. Tu as beau te dire : « mais c'est normal de prendre du poids! », tu y penses pareil, parce que la pression de prendre ou pas du poids est autant là sinon plus quand t'es enceinte que quand tu ne l'es pas. Ça, ça influence beaucoup. [...] Mais c'est une préoccupation constante, durant la grossesse, le poids que tu prends, malheureusement. (Sarya, 29 ans)

5.2 L'influence perçue du contenu et des images diffusés sur Facebook sur l'image corporelle durant la grossesse : un amalgame complexe de différents mécanismes

Cette section documente la perception des participantes de l'influence du contenu et des images véhiculés sur Facebook, auxquels elles ont été exposées, sur leur image corporelle durant la grossesse. D'abord, elle s'intéresse, du point de vue des participantes, à la représentation du corps des femmes enceintes sur Facebook. Puis, elle aborde l'influence perçue par les participantes de cette représentation sur leur image corporelle lorsqu'elles étaient enceintes. Cette influence est déclinée en trois types : une influence négative, une influence positive et une absence d'influence. Finalement, elle présente les différents facteurs de vulnérabilité et de protection ainsi que les stratégies d'adaptation qui ont modulé ces influences.

5.2.1 La représentation du corps des femmes enceintes sur Facebook : miroir des normes véhiculées socialement

Par le biais de leur fil d'actualités Facebook, les groupes de mères auxquels elles sont abonnées, leur entourage (ami(e)s et famille) et les publicités, les participantes ont été exposées durant leur grossesse à du contenu et un fort partage d'images concernant le corps des femmes enceintes. À cet effet, l'analyse de leurs propos sur la représentation sociale du corps des femmes enceintes sur Facebook permet de

constater qu'elles ont été exposées à du contenu et des images qui véhiculent 3 types de représentations : 1) *positive et réaliste*, 2) *normative et idéalisée*; et 3) *alarmiste*. Ainsi, pour trois participantes, sur le média social, le corps des femmes enceintes est représenté de façon réaliste et positive, alors que, par le biais du contenu et des images, les changements corporels liés à la grossesse sont normalisés et renforcés positivement sur Facebook.

Ça (Facebook) vient nous dire que c'est normal que ton corps change, puis ton corps, il va avoir des traces après, puis c'est sûr que ton corps ne sera plus pareil. On dirait que tout est dans cette lignée-là. [...] Ouais, je pense que ça normalise les changements qui viennent avec la grossesse et l'accouchement. [...] C'est beaucoup de femmes, c'est beaucoup d'empowerment, de : « j'ai des cicatrices, mais je suis belle parce que je suis une maman ». Moi, c'est beaucoup ça que j'ai vu dans les médias sociaux. Mais si je pense à des films ou à autre chose, je trouve que la vision est quand même idéalisée. Tu as la petite femme qui a la même *shape*, de dos on ne voit pas du tout qu'elle est enceinte, elle a juste une petite bedaine parfaite puis il n'y a rien d'autre qui paraît. Ça, c'est un peu intense, mais ce n'est pas ça que j'ai vu dans les médias sociaux, en tout cas (Zoé, 30 ans)

Toutefois, à l'opposé, pour la majorité des participantes (15 sur 20), la représentation du corps des femmes enceintes sur Facebook est normative et idéalisée. Elle n'est pas réaliste et ne reflète pas la diversité et la pluralité des expériences corporelles que vivent les femmes. Le corps des femmes enceinte y est représenté par du contenu et des photos qui véhiculent les normes et idéaux corporel sociaux dominants de beauté et de minceur. Ils ne mettent en valeur qu'un modèle uniforme qui consiste à afficher un beau ventre rond, sans vergeture, à avoir pris peu de poids et ne pas en avoir pris ailleurs qu'au niveau du ventre.

Les belles bedaines sont mises en valeur. Les bedaines bien placées, dans le bon angle, avec la bonne lumière, puis le bon habillage, mais... Une vraie bedaine de femme enceinte, c'est rare que tu voies ça sur les réseaux sociaux. Vraiment rare. (Sarya, 29 ans)

C'est tout le temps des belles bedaines rondes, des femmes qui n'ont pas de surpoids, blanches... J'ai rarement vu de la diversité corporelle. (Coralie, 31 ans)

Les photos publiées sur ce média social contribuent à cette représentation du corps des femmes enceintes idéalisée et normative, alors qu'elles sont décrites comme filtrées, retouchées pour effacer les « imperfections », mises en scène et principalement prises par des photographes professionnels. Sur Facebook, « [l]a plupart des photos que tu vois, c'est des photos pro, puis les femmes enceintes sont mises en valeur. [...] Souvent, ils essaient de sublimer les femmes enceintes, puis tout ça. » (Gabie, 30 ans) et « là-dessus, c'est sûr que c'est un peu une réalité modifiée. [...] Les vergetures vont être retouchées avant que la photo soit remise au client, puis que lui, il la mette sur Facebook. » (Rachel, 27 ans)

Sur Facebook est également véhiculé l'idéal d'un corps enceint en santé et en forme physiquement, par le biais d'une valorisation et une pression à être active et à s'entraîner et ce, même durant la grossesse.

J'ai vu des affaires, des *moms fitness*. La mode qu'on voit tes abdos même quand tu as une bedaine, puis que tu es enceinte de neuf mois, puis que tu as un ventre gros de même, puis tu fais encore du *spinning*. [...] Il faut que tu continues à faire du *fitness*, tu es en forme, tu continues à courir même avec ton ventre, puis tu es full belle, mince, puis tu as juste grossi du ventre puis des seins et le reste, c'est tout pareil. (Coralie, 31 ans)

De plus, la représentation normative et idéalisée du poids et de la forme physique en post-partum crée également une pression à devoir bien paraître, être mince et en bonne forme physique pendant la grossesse, en vue de limiter les « dégâts » causés par celle-ci.

Tous les trucs de coaching que tu retrouves sur Facebook, les gens qui postent des photos de *fitness*, l'accent est excessivement là-dessus. [...] Fait que je trouve que Facebook encourage beaucoup cette notion-là qu'on devrait

atteindre un idéal qui est véhiculé par des photos de gens, de mères, québécoises, ce n'est pas juste des stars, ça peut être ma voisine qui fait ça dans son salon. Ça met beaucoup l'accent sur le poids et la forme et pas tant sur le rythme de chacune. [...] Il y a beaucoup d'accent sur la mise en forme post-bébé, ce qui, je pense, met beaucoup d'accent dès le départ d'avoir une grossesse *fitness*, en santé, et achète ta poussette tout de suite pour aller faire du jogging. (Roxane, 31 ans)

Finalement, selon Roxane, il y a également, sur Facebook, une représentation alarmiste du corps des femmes enceintes et en post-partum. Elle met l'accent sur l'ampleur des changements corporels liés à la grossesse et le fait qu'ils auront un impact radical et négatif sur la perception et la satisfaction des femmes au sujet de leur corps. Loin d'offrir une perspective positive et rassurante des changements corporels, cette représentation leur transmet l'idée qu'après la grossesse, elles devront réapprendre à aimer et à accepter leur corps qui sera alors complètement différent. Toutefois, malgré qu'elle soit à l'opposé de la représentation normative et idéalisée, pour Roxane, cette représentation n'est pas réaliste et ne rend pas compte de la pluralité des expériences corporelles vécues par les femmes.

La façon que je trouve que c'est beaucoup représenté, c'est : « Hey fille, tu vas avoir un travail à faire après, parce que tu ne t'aimeras plus vraiment et parce que tu ne te reconnaîtras plus. [...] Puis en même temps, c'est encore une fois un *one size fits all*. [...] Puis, là tout le monde qui a dit : "Bien avoir un corps mince, ce n'est pas réaliste ». Fait que là, tu es comme : « Ok, fait que toutes celles qui l'ont, ce n'est pas réaliste. Il faut vraiment se fier à l'expérience de réappropriation du corps et amour de soi qu'on doit réapprendre » [...] Comme si toutes les femmes ne se reconnaissaient plus et toutes les femmes allaient vivre une crise. (Roxane, 31 ans)

Ainsi, les femmes sont soumises à de fortes pressions liées à leur corps, tant sur Facebook que dans la société en général, ce qui les conduit à intérioriser les idéaux véhiculés et peut affecter le regard qu'elles portent sur leur corps. À cet effet, Facebook peut influencer de différentes façons l'image corporelle des femmes durant la grossesse.

5.2.2 Le contenu et les images sur Facebook : plusieurs types d'influence sur l'image corporelle des femmes lors de la grossesse

Trois différents types d'influence de Facebook perçus par les femmes sur l'image corporelle durant la grossesse sont proposées, à la lumière de l'analyse de leurs témoignages : 1) *une influence positive*; 2) *une influence négative*; et 3) *une absence d'influence*. Parmi les participantes qui décrivent que l'utilisation de Facebook a eu une influence sur leur image corporelle lorsqu'elles étaient enceintes, certaines révèlent qu'elle a été négative (3), tandis que d'autres indiquent plutôt qu'elle a été positive (4). Toutefois, la grande majorité des participantes (13 sur 20) indique ne pas avoir ressenti d'influence.

Tout comme décrit plus haut, l'écart entre la perception des femmes leur corps et l'idéal corporel véhiculé par le contenu et les images sur Facebook joue un rôle central dans la façon dont le média social a influencé l'image corporelle des femmes. En effet, l'analyse des témoignages des participantes met en lumière que les femmes qui avaient l'impression que leur corps ne correspondait pas à l'idéal véhiculé rapportent davantage que Facebook a influencé négativement leur image corporelle durant la grossesse. Au contraire, les femmes qui avaient le sentiment de correspondre à l'image de la femme enceinte valorisée étaient plus susceptibles d'indiquer ne pas avoir l'impression que Facebook a eu d'influence ou qu'il a eu une influence positive. Ainsi, cette perception d'un écart ou non entre l'idéal dépeint et leur réalité a teinté la façon dont les participantes ont abordé Facebook, ont perçu et appréhendé le contenu et les images véhiculés et se sont senties par rapport à ceux-ci.

5.2.2.1 Une influence positive

Du point de vue de 4 participantes, la façon dont le corps des femmes enceintes est représenté sur Facebook a eu une influence positive sur leur image corporelle durant la grossesse. Les trois participantes qui décrivaient une représentation réaliste, valorisante et inclusive du corps des femmes enceintes sur Facebook ont ressenti du renforcement positif de l'entourage et/ou d'un ou de groupe(s) de mères sur ce média social. Le contenu, les images et la consultation de ces groupes via Facebook aurait alimenté leur perception positive des changements corporels vécus durant leur grossesse et leur satisfaction de l'apparence de leur corps tout au long de celle-ci. En ce sens, selon elles, Facebook pourrait être une source d'*empowerment*.

Bien je te dirais positivement, parce que vu qu'elles faisaient du renforcement positif sur l'acceptation de soi et de ce qu'implique la maternité, c'est plus globalement très positif. C'est rare qu'on dise ça sur les réseaux sociaux, mais dans ce groupe-là, oui. [...] C'était plus comme l'apologie de la diversité et de l'acceptation dans ces différences d'êtres humains et de femmes. Au niveau corporel, mais des valeurs aussi. (Léa, 36 ans)

Pour Jennifer, qui avait une perception à la fois positive de certains aspects de son corps et changements corporels et négatives de d'autres, le fait de correspondre aux normes et idéaux liés au corps enceint véhiculés sur Facebook semble avoir été rassurant, ce qu'elle décrit comme ayant été bénéfique pour son image corporelle, lorsqu'elle était enceinte :

C'est sûr que c'est rassurant quand tu corresponds aux standards. Tu es rassurée. Tu ne te poses pas trop de questions. Tu ressembles à ce à quoi les images ressemblent. [...] Sûrement que ça m'a aidée à me sentir un peu plus à l'aise. [...] C'est ça, comme je disais tantôt, ça m'a peut-être rassurée sans que je m'en rende compte de : « Ah, je corresponds à la bonne image. » (Jennifer, 36 ans)

5.2.2.2 Une influence négative

Pour 3 participantes, Sarya, Coralie et Nadja, la représentation normative et idéalisée du corps enceint sur Facebook à laquelle elles ont été exposées semble avoir eu une influence négative sur leur perception de leur corps pendant la grossesse. D'une part, elle a eu un impact sur leurs croyances à propos de ce à quoi leur corps devait correspondre; les normes et idéaux ont poussé ces participantes à croire qu'elles allaient ou devaient correspondre au corps idéal véhiculé. Ces femmes l'ont alors utilisé comme un but à atteindre et comme point de référence pour évaluer leur propre corps. Les idéaux corporels de beauté et de minceur véhiculés ont exercé une pression sur ces femmes vis-à-vis leur corps. Intériorisés, ils ont favorisé chez elles un désir que leur corps corresponde à l'idéal véhiculé, lors de la grossesse.

La réponse est courte : ça a influencé négativement ma perception de mon corps. [...] Je pensais que ce n'était pas difficile d'être mince, puis d'avoir une petite bedaine toute belle. J'espérais, avant de tomber enceinte, d'être comme ces filles-là sur les photos. (Nadja, 27 ans)

D'autre part, par le biais du contenu et des images véhiculés, Facebook semble avoir alimenté et contribué aux préoccupations et à l'insatisfaction que Coralie, Nadja et Sarya avaient envers leur corps ou certains changements corporels, tout au long de la grossesse ou à certains moments. En effet, pour Coralie, un moins grand bien-être physique présent au début de sa grossesse a nui à sa capacité critique face au modèle corporel normatif et idéalisé sur Facebook, c'est-à-dire à être « capable de trier l'information, de ne pas prendre ça comme une évidence ou comme le seul modèle à suivre ». D'être exposée à ces normes et idéaux a contribué au fait que, pendant cette période, elle était insatisfaite de son corps. Pour Nadja, les images représentant des normes et idéaux de beauté et de minceur concernant le corps des femmes enceintes sur Facebook semblent avoir alimenté la forte préoccupation qu'elle avait par rapport

à son apparence et son poids. Ils ont ainsi contribué à sa perception négative de son corps pendant la grossesse. Quant à Sarya, malgré qu'elle ait été très fière de son ventre durant la grossesse, les idéaux corporels associés au corps des femmes enceintes véhiculés sur Facebook semblent avoir contribué à sa préoccupation envers son poids et à son insatisfaction d'en avoir pris ailleurs qu'au niveau du ventre.

Il y a tout le temps une pression de poids sur les réseaux sociaux. [...] Même quand t'es enceinte puis que tu vois des affaires de *beach body*, puis des affaires comme ça, ça ne t'aide pas à être à l'aise avec ton gros ventre, tes possibles vergetures, tes cuisses qui grossissent, tes bras qui grossissent... (Sarya, 29 ans)

Pour Coralie, via Facebook, les normes et idéaux auraient également influencé sa perception du travail qu'elle devait accomplir pour atteindre le corps idéal représenté. La pression ressentie à correspondre à l'idéal de mise en forme durant la grossesse l'a poussée à tenter de mettre en place des stratégies pour l'atteindre qui étaient toutefois au-delà de ses capacités physiques réelles.

Surtout comme les femmes qui font full d'exercice puis tout ça, j'étais comme... Même un moment donné, j'étais allée au gym, puis j'avais dit : « Je veux un programme pour femme enceinte ». Je suis allée une fois, puis plus jamais. Juste d'aller travailler en métro pour moi, c'était trop puis j'avais de la misère à respirer, puis j'étais comme... Puis après ça, j'étais comme : « Ah, bien là... Il faut que je continue à être en forme... » Ça met des idées dans la tête de ce que tu devrais être. Je pense que ça peut mettre de la pression ou une idée de l'idéal qui devrait être. Puis quand tu ne rentres pas dedans, ça peut être confrontant ou ça peut être culpabilisant. (Coralie, 31 ans)

Dans le cas de ces participantes, l'écart perçu entre leur propre corps et l'idéal de beauté et de minceur semble avoir nui à leur adaption face aux changements corporels et donc à leur image corporelle durant la grossesse : « Le culte est tellement à la minceur que si t'es à l'opposé pendant 9 mois, c'est certain que ça t'affecte. » (Sarya, 29 ans). De ne pas avoir pu atteindre cet idéal majoritairement présenté sur Facebook d'être en forme physiquement durant la grossesse a suscité, chez Coralie, un

sentiment de culpabilité. Nadja, quant à elle, mentionne que la perception qu'elle ne correspondait pas à l'idéal véhiculé sur Facebook a suscité de l'angoisse et de la culpabilité, alors qu'elle espérait et croyait qu'il ne serait pas difficile d'y correspondre, avant d'être enceinte.

5.2.2.3 *Une absence d'influence*

Malgré que, durant leur grossesse, elles aient été exposées à une représentation qu'elles décrivent comme normative et idéalisée du corps des femmes enceintes sur Facebook, plus de la moitié des participantes (13 sur 20) rapportent ne pas avoir l'impression que Facebook a influencé leur perception et leur satisfaction de leur corps tout au long de la grossesse.

Ici, la notion de l'écart perçu entre leur corps et l'idéal véhiculé sur Facebook joue encore une fois un rôle important. Il importe de mentionner que neuf des 13 participantes rapportent des modifications corporelles limitées durant la grossesse (i.e., faible prise de poids, seulement au niveau du ventre et pas de vergeture) et qu'une autre mentionne qu'elle percevait positivement son corps alors enceint et non plus gros. Il est possible de croire que comme l'apparence de ces participantes se rapprochait de l'idéal du corps durant la grossesse qui est véhiculé sur le média social, elles ne se sont pas senties préoccupées par celui-ci.

Bien, dans le fond, moi je n'étais pas vraiment touchée, vu que je ressemblais à ça. Je n'avais pas pris de poids ailleurs que le ventre. Fait que j'étais comme : « Yeah! J'ai l'air de la fille sur la publicité! ». (Anita, 28 ans)

Pour Roxane, au tout début de sa grossesse, la représentation alarmiste et péjorative sur Facebook concernant les changements corporels a généré, selon elle, du stress et

des appréhensions négatives envers les effets que la grossesse aurait sur son corps et sur sa perception de celui-ci :

La façon que je trouve que c'est beaucoup représenté, [...] ça crée un stress. [...] Puis en même temps, c'est encore une fois un *one size fits all*. T'sais, au début, je disais à mon conjoint : « Là, quand je vais avoir l'enfant, je veux mon entraîneur privé. [...] Je vais avoir de la job, parce que je vais peser 45 livres en trop ». [...] Fait que c'est ça. Ça crée des attentes qu'il n'y avait pas. (Roxane, 31 ans)

Par contre, au cours de la grossesse, elle a pu constater que les changements corporels vécus ne correspondaient pas aux appréhensions négatives qu'elle s'était faites à cause de Facebook. Sa satisfaction par rapport aux modifications corporelles limitées et sa perception positive de son corps durant la grossesse ont fait en sorte que Facebook n'a plus eu d'influence : « Finalement, tout au long de ma grossesse, honnêtement, j'étais très satisfaite et Facebook n'a rien eu à jouer. » (Roxane, 31 ans)

En somme, selon les participantes, le contenu et les images sur Facebook pourraient avoir influencé de différentes façons leur image corporelle lorsqu'elles étaient enceintes. Leurs propos révèlent que ces influences semblent être modulées par la façon dont le corps enceint est représenté sur Facebook ainsi que leur perception de correspondre ou non à l'idéal corporel véhiculé. Toutefois, ces influences auraient également été modulées par différents facteurs de vulnérabilité et de protection, ainsi que des stratégies d'adaptation qu'il importe de mettre en lumière.

5.2.3 Différents facteurs de vulnérabilité et de protection et stratégies d'adaptation modulent l'influence de Facebook sur l'image corporelle des femmes enceintes

Différents facteurs de vulnérabilité émanent des témoignages des femmes qui ont décrit une influence négative du contenu et des images sur Facebook sur leur image

corporelle durant la grossesse (Sarya, Nadja et Coralie). En plus de l'intériorisation des normes et idéaux sociaux et de la pression ressentie à correspondre à l'idéal, d'autres facteurs sont l'exposition constante aux images normatives et idéalisées, le temps passé sur Facebook, la solitude et la comparaison sociale. À cet effet, Coralie décrit comment, à force d'être exposée aux normes et idéaux corporels sur Facebook, elle a ressenti de la pression à y correspondre. Aussi, le fait de passer beaucoup de temps sur Internet en raison de la solitude l'a conduit à se comparer à l'image dominante véhiculée. Ils auraient donc augmenté sa vulnérabilité à ce que Facebook influence négativement sa perception de son corps durant sa grossesse.

Tu essaies de filtrer les informations, mais à force d'en voir tout le temps, tu te dis : « Ah, bien là! Pourquoi, moi, mon corps n'est pas comme ça, puis elle oui? » [...] Puis tu as beaucoup de temps, mettons... J'étais toute seule, fait que je regardais Internet. Fait qu'il faut que je me trouve d'autres choses à faire. (Coralie, 31 ans)

Aussi, il appert que le fait de se comparer à d'autres femmes enceintes par le biais des images publiées sur Facebook pourrait être étroitement lié à l'influence négative que ce média social a eue sur l'image corporelle de ces participantes et alimenterait la préoccupation des femmes quant à leur apparence et leur poids.

J'ai comparé ma bedaine. Elle, elle est rendue à 5 mois, puis elle est grosse comme ça. Moi, je suis grosse de telle façon. Puis... Ou la hauteur de la bedaine. (Sarya, 29 ans)

Les témoignages des femmes qui mentionnent ne pas avoir ressenti l'influence de Facebook sur leur image corporelle durant la grossesse l'expliquent par le biais de divers facteurs de protection, utilisés consciemment ou non. À l'opposé des facteurs de vulnérabilité mentionnés ci-haut, les femmes nomment que ne pas se comparer aux autres femmes et filtrer le contenu consulté sur Facebook leur auraient permis de se préserver de l'influence négative que ce média social aurait pu avoir. Elles

mentionnent également que de ne pas passer beaucoup de temps sur le média social a été favorable. Aussi, ne pas s'en faire avec ce que les gens peuvent penser, accorder moins d'importance à son apparence et avoir confiance en soi seraient également des facteurs qui ont favorisé une absence d'influence leur image corporelle durant leur grossesse.

Même si je vois une photo de mes amies sur Facebook ou un message, ça n'influence pas vraiment mon opinion ou mon jugement sur mon corps en tant que tel. Non, puis moi, je m'en fous pas mal... Si je vois un mannequin sur [Facebook], ça ne changera pas vraiment ma perception. (Anita, 38 ans)

Je m'en foutais de ce que le monde pouvait penser. [...] Je n'ai pas été influencée et je pense que, de ne pas m'en faire... Ça me rejoint moins les commentaires que... Ouais. (Tamara, 34 ans)

On dirait qu'en l'étant, enceinte, ça m'a donné de la confiance que je n'avais pas. Depuis ce temps-là, on dirait que je m'en fous un peu plus de... [...] Il y a des choses plus importantes que ce de quoi j'ai l'air. (Nadine, 30 ans)

Peu importe le type d'influence vécu, l'esprit critique semble avoir joué un rôle déterminant chez les participantes. En effet, la prise de conscience de l'influence négative de l'utilisation de Facebook sur leur image corporelle a amené Sarya, Coralie et Nadja à utiliser différentes stratégies d'adaptation pour se protéger, soit d'adopter une posture critique et de limiter le temps consacré à Facebook. Ces deux stratégies avaient pour but de maîtriser ou de diminuer les impacts de l'influence négative de Facebook sur leur image corporelle. Ainsi, adopter une posture critique face à la représentation du corps des femmes enceintes véhiculée sur Facebook, c'est-à-dire prendre du recul et remettre en question, serait une stratégie importante mise en place par les participantes, qui les aurait grandement aidées à contrôler l'influence de ce média social sur leur image corporelle durant leur grossesse.

Si tu es consciente que les femmes sont dépeintes d'une certaine façon sur les médias sociaux, au moins, même si tu te fais chier, tu es capable de déconstruire avec un peu d'efforts. [...] De voir qu'ils ont choisi délibérément

cette fille-là avec ce corps-là pour représenter une majorité, alors que ce n'est pas réaliste, c'est une pub. Alors prenons-en et laissons-en. C'est ce qui m'a sauvée un peu. [...] Puis là, je me suis un peu forcée à être comme : « voyons, c'est vrai que... Pense-y deux secondes, tu es capable de te rendre compte que ce n'est pas réaliste. » (Nadja, 27 ans)

Le fait d'avoir un regard critique par rapport à Facebook et à son influence sur leur image corporelle aurait ensuite amené Coralie à décider de limiter le temps consacré aux réseaux sociaux, afin de réduire la possibilité que l'utilisation du média social ait une influence négative.

Quatre participantes pour qui Facebook n'a pas eu d'influence décrivent que de faire preuve d'esprit critique face aux normes et idéaux corporels véhiculés sur le média social leur a permis de remettre en question la validité de ces normes et idéaux, de prendre une distance par rapport à ceux-ci et de ne pas y adhérer. Le fait d'adopter une posture critique face aux normes et idéaux corporels leur aurait donc permis de se protéger face à une influence potentiellement négative.

Ah, il ne faut absolument pas avoir de vergeture. Ça, c'est la fin du monde. C'est comme une honte, si tu en as. Puis, c'est comme quasiment la plus belle réussite au monde si tu réussis à ne pas en avoir, alors que chaque peau est différente. Chaque grossesse est différente. Ça, je trouve ça un peu plate, cette espèce de honte qu'il y a au niveau de ça. Alors que c'est complètement naturel. Je trouve que l'hypersexualisation a beaucoup fait ça, a mis dans la tête des femmes que ça doit être beau comme ça. [...] Ça a probablement plus renforcé l'image que j'avais de moi puis de me dire que je vais faire avec ce que j'ai. Parce que, je trouve ça plate de vivre dans un monde où tu ne peux pas t'accepter telle que tu es. (Judith, 27 ans)

Finalement, deux participantes abordent également l'importance du féminisme pour elles et décrivent la façon dont il forge leur esprit critique et leur position face aux normes sociales. Selon ces participantes, le fait qu'elles soient elles-mêmes féministes et/ou qu'elles aient un entourage féministe joue un rôle majeur dans le fait qu'elles

n'ont pas été influencées par les normes et idéaux sur Facebook lorsqu'elles étaient enceintes:

Mais c'est sûr que moi, le féminisme, c'est sûr que c'est super important pour moi. C'est sûr que ça, je pense que si on est soi-même féministe ou si on a un entourage féministe, ça va faire une différence dans la perception qu'on va avoir. [...] Je ne me reconnais pas du tout dans la norme. (Laura, 32 ans)

Si je n'avais pas une meilleure amie ultra féministe et militante pour me dire : « voyons donc, ça n'a pas d'allure », peut-être que je l'aurais intériorisé plus. (Nadja, 27 ans)

Les témoignages des participantes permettent de constater que l'influence de Facebook sur l'image corporelle des femmes enceintes ne serait pas directe. Au contraire, les différentes influences de Facebook sur l'image corporelle des femmes seraient nuancées et modulées par plusieurs mécanismes. Ces mécanismes incluent la façon dont le corps enceint est représenté sur Facebook, la perception des femmes de correspondre ou non à l'idéal corporel véhiculé, mais aussi par divers facteurs de vulnérabilité et de protection ainsi que des stratégies d'adaptation qui sous-tendent l'agentivité dont les femmes font preuve.

5.3 La publication ou non de photos sur Facebook : entre facteur de protection et influence positive

Facebook étant un média interactif où les utilisatrices sont des réceptrices, mais également des émettrices, ce média social a également permis aux femmes de publier et partager des photos d'elles-mêmes lorsqu'elles étaient enceintes. À cet effet, l'analyse de leurs propos permet de constater que les participantes ont différents points de vue quant à l'influence que peut avoir la publication de photos sur leur image corporelle. D'un côté, plusieurs participantes soulignent que le fait de ne pas

publier de photos serait un facteur de protection face à des jugements et commentaires possiblement négatifs de la part des autres. D'un autre côté, les participantes qui ont publié des photos d'elles durant la grossesse mentionnent une influence positive des commentaires reçus.

5.3.1 Le fait de ne pas publier de photo de soi : une façon de se protéger de l'influence potentiellement négative de Facebook

Plusieurs participantes mentionnent avoir choisi de ne pas partager d'images d'elles-mêmes durant la grossesse ou alors d'en publier très peu. En effet, huit participantes n'ont jamais publié de photos lorsqu'elles étaient enceintes et quatre mentionnent l'avoir rarement fait. Le fait de ne pas s'exposer publiquement ou très peu aux regards, jugements et commentaires des autres sur Facebook est décrit comme un comportement protecteur face à l'influence négative que la publication de photos pourrait avoir par le biais de commentaires négatifs.

Fait que longtemps j'étais comme... Je ne mettais pas de photos de moi enceinte, fait que je n'avais pas de commentaires pendant longtemps, par rapport à ça. (Roxane, 31 ans)

Ainsi, pour ces participantes les regards, jugements et commentaires des autres sur Facebook sont une menace potentielle pour leur image corporelle qu'elles choisissent d'écarter en ne publiant pas de photos d'elles-mêmes.

5.3.2 Les commentaires reçus sur les photos publiées sont positifs et agréables à recevoir

Huit participantes pour leur part n'ont pas perçu la publication de photos sur Facebook comme une menace potentielle et ont choisi de publier des photos d'elles-mêmes durant leur grossesse : « Moi j'avais tellement hâte de vivre ça, puis j'étais tellement contente d'avoir une bedaine que j'en ai mis quand même beaucoup [des photos]. » (Sarya, 29 ans) Malgré tout, les photos publiées sur Facebook avaient été préalablement sélectionnées, afin que ce soit des photos dont les femmes étaient satisfaites et où elles paraissaient bien. Cela semble avoir fait en sorte qu'elles n'ont pas craint de recevoir des commentaires négatifs et que la publication de photos sur Facebook a eu une influence négative sur leur image corporelle.

À la base, si j'ai mis la photo sur Facebook, c'est parce que moi je la trouvais belle. Fait que je savais que le monde me dirait pas : 'Mon Dieu, t'as l'air énorme'. Je veux dire... Je filtre aussi. Tout le monde fait ça. Tout le monde filtre ses photos. (Gabie, 30 ans)

Toutes les femmes rencontrées qui ont publié des photos mentionnent qu'elles n'ont reçu que des commentaires positifs sur leur apparence et leur poids, de leur entourage (famille et ami.e.s). Pour les participantes, les commentaires reçus sur ces photos sont valorisants et ont eu un effet positif sur leurs sentiments envers leur corps.

Bien, les seuls commentaires que j'ai eus, par rapport à mon physique, c'était comme quoi je n'avais pas pris beaucoup de poids, puis que c'était vraiment juste la bedaine. T'sais, ce qui était vrai, là. J'ai juste comme pris mon poids de bedaine, puis de dos je n'avais pas l'air enceinte. [...] Bien, c'est sûr que c'est encourageant, t'sais. (Rachel, 27 ans)

Toutefois, pour la plupart, cette influence semble avoir été faible et sans impact majeur sur leur image corporelle durant la grossesse.

T'sais, quand je mettais une photo puis que j'avais des beaux commentaires, j'étais contente, mais j'étais déjà contente de mon corps, puis de ce qui se passait. Je ne pense pas que ça a tant influencé. Peut-être un peu, positivement, j'imagine, pare que c'est tout le temps le *fun* de se faire dire que ça te va bien. (Sarya, 29 ans)

En somme, les participantes ont mis en place différentes stratégies telle que ne pas publier de photos ou préalablement sélectionner les photos publiées afin de contrôler l'influence que la publication de photos sur Facebook a eu ou aurait pu avoir sur leur image corporelle lorsqu'elles étaient enceintes. Contrairement au contenu et les images auxquels les participantes ont été exposées (le premier type d'utilisation présenté plus haut), la publication de photos n'est associée qu'à un type d'influence, soit positive. Cependant, il semble que ce soit par le biais du contenu et des images auxquels elles sont exposées que l'influence de Facebook est la plus significative sur l'image corporelle des femmes durant la grossesse.

5.4 L'image corporelle durant la grossesse et l'influence de Facebook sur celle-ci : les caractéristiques individuelles et marqueurs identitaires pourraient engendrer des expériences diversifiées

Le processus d'analyse a été fait avec une sensibilité quant aux différences entre les femmes rencontrées concernant l'âge, le groupe ethnoculturel auquel elles s'identifient, l'orientation sexuelle et l'utilisation faite de Facebook, afin de déterminer si leur propos sur leur image corporelle et l'influence de Facebook sont modulés par ces différentes caractéristiques. En mettant en lien l'âge des participantes et leurs témoignages concernant leur image corporelle durant la grossesse, il est possible de constater que les deux seules femmes ayant rapporté une image corporelle négative font partie des plus jeunes, toutes deux étant âgées de 27 ans et l'âge des participantes variant entre 27 et 38 ans. Dans la même lignée, contrairement aux femmes âgées entre 30 et 34 ans et celles âgées entre 35 et 38 ans, aucune des femmes âgées entre 27 et 29 ans n'a rapporté une influence positive du contenu et des images véhiculés sur Facebook. Dans chacun des deux autres groupes, deux femmes ont rapporté ce type d'influence. De plus, les femmes âgées entre 35 et 38 ans sont les

seules à ne pas avoir rapporté une influence négative de l'utilisation de Facebook. Ainsi, il est possible de croire que l'âge peut influencer l'image corporelle et l'effet de Facebook sur celle-ci puisque les femmes plus jeunes semblent plus susceptibles d'avoir une image corporelle négative et que les femmes plus âgées semblent moins susceptibles d'être influencées négativement par Facebook.

Les résultats concernant l'orientation sexuelle et l'utilisation faite de Facebook ne permettent pas d'établir des différences dans les témoignages des participantes en fonction du fait qu'elles s'identifient comme hétérosexuelles (13), queer (1), lesbiennes (3) ou bisexuelles (3) ou qu'elles utilisent Facebook quelques fois par semaine, 1 à 2 fois par jour ou plusieurs fois par jour. En ce qui concerne les origines ethnoculturelles, l'une des limites de l'échantillon est qu'il présente très peu de diversité, 18 participantes s'identifiant comme québécoises et deux comme françaises. L'ensemble des participantes provient donc de sociétés occidentales, c'est-à-dire similaires en termes de normes et idéaux sociaux. Il n'a pas été possible d'établir des différences entre les participantes en fonction du groupe ethnoculturel auquel elles s'identifient. En somme, l'image corporelle des femmes durant la grossesse et l'influence de Facebook pourraient avoir été modulées par l'âge, mais ne l'aurait pas été par l'orientation sexuelle, ni la fréquence d'utilisation faite de Facebook.

CHAPITRE VI

DISCUSSION

Dans une perspective exploratoire, ce chapitre discutera les résultats issus des entrevues à la lumière des études scientifiques recensées, ainsi que du cadre conceptuel mobilisé. De ce fait, seront abordés, au regard des savoirs empiriques et théoriques, 1) l'influence que Facebook peut avoir, ou non, sur l'image corporelle des femmes durant la grossesse; 2) les facteurs de vulnérabilité et de protection liés à l'influence de Facebook sur l'image corporelle des femmes durant cette période; et 3) les caractéristiques individuelles et les marqueurs sociaux liés à cette influence. Enfin, les implications pratiques et les limites de cette étude seront présentées et des recommandations pour les recherches futures seront proposées.

6.1 Le corps des femmes enceintes sur Facebook : au travers des normes et idéaux sociaux, une possibilité de modèles corporels diversifiés et plus réalistes

La majorité des femmes rencontrées ont été exposées, via Facebook, à une représentation du corps des femmes enceintes qu'elles décrivent comme normative, idéalisée et peu réaliste, propos également rapportés dans l'étude de Liechty *et al.* (2018). En effet, les participantes décrivent que le contenu et les images sur Facebook mettent en valeur un corps enceint idéal : un beau ventre rond, une absence de vergeture, une faible prise de poids et une prise de poids seulement au niveau du ventre. Tel que le mentionnent les participantes, le fait que les images soient sélectionnées, éditées et parfois embellies avant d'être publiées et que les personnes surveillent la façon dont elles se présentent sur Facebook, afin de le faire de la manière la plus favorable possible (Cramer *et al.*, 2016; Jang *et al.*, 2016; Liechty *et al.*, 2018) contribue fortement à cette représentation normative et idéalisée du corps des femmes enceintes.

Les femmes rencontrées décrivent également une tendance récente et populaire construite à travers les médias sociaux qui consiste à afficher et suivre du contenu du type « *fitspiration* ». Ce contenu vise à motiver et à mettre en valeur de saines habitudes de vie, notamment en matière d'exercice et d'alimentation (Easton *et al.*, 2018), mais valorise la forme physique et exerce une pression sur les femmes à être active et à s'entraîner, même lors de la grossesse. Les propos des participantes mettent en évidence que les images véhiculées mettent fortement l'accent sur l'apparence, en particulier les corps féminins idéalisés, c'est-à-dire minces et attrayants, ainsi que sur la mise en forme et l'entraînement pour des raisons liées à l'apparence, tel que rapporté dans d'autres études (Boepple *et al.*, 2016; Fardouly *et al.*, 2018). Un corps en forme durant la grossesse et un ventre de grossesse bien défini et sans excédent de poids sont représentés et interprétés comme des réussites et des accomplissements (Nash, 2011, 2014).

En concordance avec le modèle socioculturel, les témoignages des femmes rencontrées mettent en évidence que Facebook est une source d'influence socioculturelle omniprésente qui véhicule les discours socio-normatifs dominants de beauté et de minceur concernant le corps des femmes enceintes (Tiggemann, 2011, 2012). De plus, les résultats soutiennent la théorie de l'objectification sociale du corps des femmes, en mettant en évidence que ce média social peut jouer un rôle important dans la construction des idéaux corporels féminins et renforcer l'idéal du corps parfait durant la grossesse (Dakanalis *et al.*, 2014; Fredrickson et Roberts, 1997; Mckinley, 2011a, 2011b; Murnen et Seabrook, 2012). Par le biais de cette représentation normative et idéalisée qui met l'accent sur l'apparence des femmes, Facebook favoriserait l'objectification du corps des femmes enceintes, c'est-à-dire la construction des femmes comme des objets à surveiller et à évaluer, en fonction de la

façon dont leur corps correspond aux normes sociales (Liechty *et al.*, 2018; McKinley, 2011a; Muehlenkamp et Saris-Baglama, 2002; Nash, 2012).

Toutefois, les témoignages de certaines participantes permettent aussi de constater que via Facebook des modèles corporels plus diversifiés, positifs et réalistes peuvent également être présentés, un aspect seulement documenté par une autre étude jusqu'à maintenant (Liechty *et al.*, 2018). En effet, pour ces participantes, le contenu et les images véhiculés par leur entourage (famille et ami.es), ainsi que dans les groupes de mères sur Facebook renforçaient positivement le corps des femmes et normalisaient les changements corporels liés à la grossesse. Il semble donc possible d'affirmer que le contenu et les images sur Facebook peuvent favoriser la transmission de messages positifs concernant le corps durant la grossesse, offrir des alternatives plus réalistes à l'idéal social de beauté et de minceur (Liechty *et al.*, 2018) et permettre la diffusion d'une plus grande variété d'images de corps que le ferait l'utilisation stricte des médias traditionnels (Andsager, 2014; Liechty *et al.*, 2018; Turner, 2014).

6.2 L'utilisation de Facebook: une influence nuancée et diversifiée sur l'image corporelle des femmes

6.2.1 Le contenu et les images sur Facebook : plusieurs types d'influence possibles sur l'image corporelle durant la grossesse

Malgré qu'elles aient été exposées à une représentation du corps des femmes enceintes sur Facebook qu'elles décrivent comme normative et idéalisée, la majorité des participantes rapportent ne pas avoir l'impression que Facebook a influencé leur perception et leur satisfaction de leur corps lorsqu'elles étaient enceintes. Des résultats similaires concernant les médias en général ont été rapporté par des femmes

enceintes et en post-partum dans l'étude de Liechty *et al.* (2018). La moitié des femmes de leur échantillon ont mentionné ne pas avoir été affectées par les médias pour de multiples raisons, telles que le fait d'avoir un regard critique face aux médias, d'avoir du soutien de leur conjoint et de savoir qu'il existe plusieurs types de corps différents.

Les témoignages de plusieurs autres participantes permettent également de mettre en lumière que Facebook pourrait avoir un autre type d'influence : une influence positive. L'influence positive et l'absence d'influence sont des types d'influence, très peu documentés jusqu'à maintenant dans la littérature, ce qui apporte des nuances importantes au lien entre l'utilisation de Facebook et l'image corporelle des femmes durant la grossesse. À cet effet, comme décrit plus haut, certaines participantes mentionnent avoir été exposées à une représentation diversifiée, réaliste, valorisante et inclusive du corps des femmes enceintes sur Facebook. Pour ces participantes, cette représentation a été bénéfique et favorable à ce qu'elles aient une image corporelle positive lorsqu'elles étaient enceintes, propos également rapportés dans l'étude de Liechty *et al.* (2018). Ainsi, dans le même sens que cette étude, il est possible d'affirmer que Facebook peut être une source d'*empowerment* et de soutien pour les femmes, offrir des alternatives plus réalistes et positives à l'idéal social de beauté et de minceur et favoriser des attentes plus réalistes chez les femmes. Comme le révèlent les propos des femmes rencontrées, les groupes de mères sur Facebook peuvent être aidants et avoir des effets positifs en agissant en tant que sphère de soutien et d'entraide. On retrouve des résultats similaires dans l'étude de Baker et Yang (2018).

Les témoignages de certaines participantes de la présente recherche abondent dans le même sens que la majorité des récentes et de plus en plus nombreuses études sur le sujet : les médias sociaux peuvent augmenter les risques que les femmes aient une image corporelle négative (Cohen *et al.*, 2017; Fardouly *et al.*, 2015b; Fardouly et

Vartanian, 2015; Lewallen et Behm-Morawitz, 2016; Meier et Gray, 2014; Perloff, 2014; Stronge *et al.*, 2015), phénomène également documenté dans le contexte de la grossesse (Hicks et Brown, 2016; Liechty *et al.*, 2018). En effet, dans une étude quantitative menée auprès de 269 femmes âgées entre 18 ans et 44 ans et enceintes de 4 semaines à 40 semaines, Hicks et Brown (2016) ont révélé que l'utilisation de Facebook augmente les risques de dépression, d'anxiété et de préoccupations liées à l'image corporelle chez les femmes enceintes. De plus, l'étude qualitative de Liechty et ses collègues (2018) réalisée aux États-Unis auprès de 26 femmes enceintes de 20 semaines et plus et 24 femmes entre 6 et 9 mois en post-partum met en évidence que les idéaux corporels inatteignables véhiculés sur les médias sociaux influencent négativement la perception des femmes de leur corps. Dans la même lignée, pour certaines participantes de la présente étude, Facebook pourrait avoir eu une influence négative sur leur processus d'adaptation aux changements corporels et leur perception de leur corps durant la grossesse, à cause du modèle corporel normatif et idéalisé dépeint. Les idéaux corporels de beauté et de minceur véhiculés sur Facebook auraient poussé ces participantes à vouloir y correspondre et à être préoccupées et insatisfaites de leur corps, ce qui avait été documenté auprès de jeunes femmes antérieurement (Fardouly *et al.*, 2015a). Cela soutient la théorie de l'objectification du corps des femmes en mettant en évidence que ces participantes ont utilisé les standards de beauté et les idéaux corporels véhiculés comme des buts à atteindre et des points de références pour juger et surveiller leur corps (Chrisler, 2011; McKinley, 2011b; Muehlenkamp et Saris-Baglama, 2002; Murnen, 2011). Cela les a conduit à être hyper-conscientes et vigilantes de l'apparence de leur corps et à s'autoévaluer en fonction de leur apparence physique et a donc nui à leur bien-être physique et psychologique (Dakanalis *et al.*, 2014; Karsay *et al.*, 2018; Muehlenkamp et Saris-Baglama, 2002).

Nonobstant la direction de l'influence que peut avoir Facebook sur l'image corporelle, la perception de l'écart entre l'idéal socialement construit sur Facebook et l'évaluation subjective que les femmes font de leur propre corps joue un rôle majeur (Duncombe *et al.*, 2008; Grogan, 2008; Serifovic Sivert et Sinanovic, 2008; Tiggemann, 2011, 2012). Ces résultats soutiennent le modèle socioculturel qui met en évidence que la satisfaction ou l'insatisfaction des participantes envers leur corps et l'apparence de celui-ci dépend grandement de la mesure dans laquelle elles répondent ou non aux idéaux sociaux (Tiggemann, 2011, 2012). En effet, les participantes qui ont rapporté des modifications corporelles limitées durant la grossesse et dont le corps correspondait plus fidèlement à l'idéal véhiculé sur Facebook sont plus susceptibles d'avoir perçu une absence d'influence ou une influence positive. À l'opposé, dans le même sens que d'autres études (Hicks et Brown, 2016; Liechty *et al.*, 2018; Neiterman, 2012), les normes et idéaux sociaux véhiculés sur Facebook pourrait avoir favorisé une image corporelle négative chez les femmes rencontrées qui avaient l'impression de ne pas correspondre à l'idéal véhiculé.

6.2.2 La publication de photos de soi sur Facebook : les normes et idéaux en filigrane dans les commentaires des autres

Tel que le soulèvent Prieler et Choi (2014), il est nécessaire de différencier les effets d'une utilisation passive des médias sociaux (l'exposition à du contenu et des images partagés) et les effets de l'utilisation active des médias sociaux (publier des photos). À cet effet, de nombreuses participantes parlent de la non-publication de photos d'elles-mêmes sur le média social comme d'un facteur de protection. Par contre, pour toutes les participantes qui ont publié des photos, les commentaires reçus sur ces photos étaient considérés comme valorisants, rassurants et agréables à recevoir et leur influence était évaluée positivement. Toutefois ces commentaires, portant

essentiellement sur l'apparence et le poids des participantes, réitèrent les normes et idéaux sociaux de beauté et de minceur entourant le corps des femmes enceintes. À la lumière de la théorie de l'objectification sociale, il est possible d'affirmer qu'ils positionnent, confortent, valorisent les femmes dans leur correspondance à ceux-ci et les encouragent à se préoccuper de leur apparence physique (Fredrickson et Roberts, 1997). Toutefois, alors qu'elles tendent à ne montrer et présenter que les aspects positifs d'elles-mêmes (Jang *et al.*, 2016) en filtrant les photos pour publier celles où elles paraissent bien, les femmes elles-mêmes jouent un rôle dans la diffusion de ces normes et idéaux. Malgré tout, comme le démontre les résultats, il semble que ce soit par le biais du contenu et des images auxquels elles sont exposées que l'influence de Facebook a été la plus significative, tel que soulevé par Meier et Gray (2014).

6.3 L'influence de Facebook sur l'image corporelle des femmes durant la grossesse nécessite la considération de multiples facteurs

6.3.1 Les facteurs de vulnérabilité et de protection et les stratégies d'adaptation : des acteurs incontournables

Les résultats de cette recherche, en accord avec le modèle socioculturel, permettent de constater que la transmission des idéaux sociaux par le biais de Facebook ne se traduit pas nécessairement et directement en de l'insatisfaction corporelle chez les femmes qui n'y correspondent pas (Tiggemann, 2011, 2012). En effet, contrairement aux résultats de Hicks et Brown (2016) qui soulignent que l'insatisfaction corporelle de deux femmes sur trois serait directement liée à l'utilisation de Facebook, l'influence du média sur l'image corporelle des femmes rencontrées serait modulée par de multiples facteurs (Tiggemann, 2011, 2012).

Les témoignages des participantes pour qui Facebook a eu une influence négative mettent en évidence que l'intériorisation des idéaux par les femmes (i.e., l'acceptation et l'adoption des idéaux sociaux comme des buts à atteindre) et la pression ressentie à y correspondre sont des facteurs de vulnérabilité particulièrement importants dans le développement d'une image corporelle négative. Ces résultats confirment ceux d'études antérieures, réalisées à diverses périodes de la vie des femmes (Cafri *et al.*, 2005; Dakanalis *et al.*, 2014; Keery *et al.*, 2004; Rajagopalan et Shejwal, 2014; Shroff et Thompson, 2006; Skouteris *et al.*, 2005; Sumter *et al.*, 2018; Thompson *et al.*, 1999; Thompson et Stice, 2001; Tiggemann, 2011, 2012; van den Berg *et al.*, 2002). Les idéaux corporels véhiculés sur Facebook ont créé chez elles un fort désir que leur corps enceint corresponde à l'idéal véhiculé et, en ce sens, ont contribué à leur insatisfaction de l'apparence de leur corps.

L'intériorisation des normes et idéaux sociaux ne semble cependant pas seulement présente chez les participantes ayant été influencées négativement par l'idéal corporel sur Facebook. Au contraire, à la lumière de la théorie de l'objectification sociale du corps des femmes, il est possible d'affirmer que l'intériorisation des normes et idéaux sociaux était un phénomène fréquent chez les femmes rencontrées. En effet, les propos des participantes au sujet de leur corps permettent de constater qu'elles le regardent et l'évaluent à la lumière des normes et idéaux sociaux (Karsay *et al.*, 2018; Masten et Monn, 2015; Mckinley, 2011a, 2011b; Muehlenkamp et Saris-Baglama, 2002). Plusieurs de ces femmes décrivent les modifications corporelles limitées comme un accomplissement, propos également rapportés dans l'étude de Nash (2011). Pour presque toutes les femmes rencontrées, le poids et les vergetures étaient de fortes préoccupations et des enjeux centraux dans leur image corporelle durant la grossesse. En conséquent, la présente recherche permet de constater que ce qui différencie principalement les femmes rapportant une influence négative de celles rapportant une influence positive ou une absence d'influence est l'impression que leur

corps correspondait ou non à l'idéal corporel véhiculé sur Facebook, ce qui confirme le modèle socioculturel (Tiggemann, 2011, 2012).

Les propos des femmes ayant ressenti une influence négative soulignent également que, à force d'y être exposées, elles ont ressenti une forte pression à atteindre l'idéal du corps parfait, ce qui a aussi été documenté concernant l'exposition aux médias de masse (Grabe *et al.*, 2008; Nash, 2014; Williams, B., 2013). À l'opposé, le fait de filtrer le contenu consulté sur Facebook pour ne voir que les messages positifs et éviter ceux négatifs est décrit comme un facteur de protection, par les femmes n'ayant pas ressenti d'influence, ce qui concorde avec les résultats d'autres études (Liechty *et al.*, 2018; Wood-Barcalow *et al.*, 2010). Un autre facteur de vulnérabilité important soulevé par les participantes ayant ressenti une influence négative, documenté par de nombreuses études et soutenu par le modèle socioculturel, est la comparaison sociale, soit le fait de se comparer aux autres et aux idéaux sociaux pour juger et évaluer sa propre valeur (Fardouly *et al.*, 2015b; Hicks et Brown, 2016; Keery *et al.*, 2004; Neagu, 2015; Shroff et Thompson, 2006; Smolak *et al.*, 2001; Thompson *et al.*, 1999; Tiggemann, 2011, 2012; van den Berg *et al.*, 2002). Chez ces participantes, la comparaison de leur poids et de leur corps par rapport aux images d'autres femmes enceintes sur Facebook a nui à leur satisfaction de leur corps et donc à leur image corporelle, ce qui confirme les résultats de plusieurs autres études (Fardouly *et al.*, 2015a; Fardouly et Vartanian, 2015; Hicks et Brown, 2016; Liechty *et al.*, 2018). À l'opposé, un faible niveau de comparaison avec les modèles véhiculés sur Facebook est décrit comme un facteur de protection par les participantes qui mentionnent ne pas avoir l'impression que Facebook a eu d'influence sur leur image corporelle. Des résultats similaires sont rapportés dans d'autres études (Duncombe *et al.*, 2008; Jang *et al.*, 2016). De plus, d'autres facteurs de protection mentionnés par ces dernières sont le fait d'accorder moins d'importance à leur apparence et de s'accepter comme elles sont, ce qui est soutenu par le modèle

socioculturel et plusieurs autres études (Clark, L. et Tiggemann, 2007; Holmstrom, 2004; Mask et Blanchard, 2010; Tiggemann, 2011, 2012; Watson *et al.*, 2016; Wood-Barcalow *et al.*, 2010).

Finalement, pour toutes les femmes rencontrées, l'esprit critique est un facteur de protection majeur et une stratégie d'adaptation importante. Le fait d'être consciente de la nature irréaliste et fabriquée des images sur Facebook et des effets négatifs des médias sociaux et des idéaux qu'ils véhiculent, de prendre de la distance par rapport au contenu et aux images véhiculés et d'évaluer de manière critique, soit de rejeter ou remettre en question les images et messages véhiculés a permis aux femmes d'être moins ou de ne pas être affectées par les idéaux corporels véhiculés. Ces stratégies éprouvées et documentées dans d'autres études (Easton *et al.*, 2018; Liechty *et al.*, 2018; Wood-Barcalow *et al.*, 2010) permettent aux femmes d'être moins assujetties aux normes sociales et de pouvoir y résister. À cet effet, certaines participantes soulèvent le fait que d'être féministe a contribué à ce qu'elles intériorisent moins les idéaux irréalistes sur Facebook et à ce qu'elles aient une plus grande résistance critique face aux images médiatiques qui glorifient la minceur. L'étude de Murnen et Smolak (2008) documente également ce facteur de protection important. Il importe de mentionner que 15 des 20 femmes ont fait des études universitaires, ce qui témoigne d'une scolarisation élevée au sein de l'échantillon. Cela peut jouer un rôle dans la capacité des femmes de l'échantillon à faire preuve d'esprit critique.

6.3.2 Caractéristiques individuelles et marqueurs identitaires : l'âge, l'orientation sexuelle et l'utilisation de Facebook

Comme plusieurs autres études, les résultats de cette recherche suggèrent que, comparativement aux femmes plus âgées, les jeunes femmes sont plus susceptibles

d'avoir une image corporelle négative et de se sentir insatisfaites de l'apparence de leur corps (Grabe *et al.*, 2008; Hicks et Brown, 2016; Perloff, 2014; van den Berg *et al.*, 2010). Aussi, tout comme dans l'étude de Hicks et Brown (2016), les mères plus âgées qui utilisent Facebook seraient moins susceptibles d'être influencées négativement par Facebook. En ce qui concerne l'orientation sexuelle, les résultats de cette recherche soutiendraient ceux des études qui démontrent que les femmes hétérosexuelles et lesbiennes ne diffèrent pas significativement par rapport à leur niveau d'insatisfaction de leur corps (Conner *et al.*, 2004; Koff *et al.*, 2010; Peplau *et al.*, 2009). Ils ne soutiendraient donc pas ceux des études qui mettent en évidence que ces deux groupes diffèrent (Alvy, 2013; Morrison *et al.*, 2004).

Tout comme dans l'étude de Hicks et Brown (2016), l'accès à Facebook était fréquent : la grande majorité des participantes (18 sur 20) consultaient le média social au moins une fois par jour lorsqu'elles étaient enceintes. Contrairement à ce qui est rapporté par Ozimek et Bierhoff (2016), la fréquence d'utilisation de Facebook ne serait pas plus élevée chez les femmes plus jeunes. En effet, les résultats de cette recherche ne permettent pas d'établir des différences entre les participantes en fonction de leur fréquence d'utilisation de Facebook, soit qu'elles l'utilisent quelques fois par semaine, une à deux fois par jour ou plusieurs fois par jour. En ce sens, ils ne soutiendraient pas non plus ceux des études indiquant qu'une plus grande utilisation (plus souvent et plus longtemps) des médias sociaux peut augmenter la préoccupation et l'insatisfaction des femmes quant à leur apparence (Fardouly *et al.*, 2015b; Hicks et Brown, 2016).

Les témoignages des participantes apportent toutefois des nuances concernant l'influence du temps passé sur Facebook sur l'image corporelle des femmes et les différences entre les participantes à cet effet. Plusieurs participantes perçoivent le fait qu'elles ne passaient pas beaucoup de temps sur le média social comme un facteur de

protection. Selon les participantes, consciemment réduire leur « engagement » et leur utilisation de Facebook serait positif pour leur image corporelle, ce qui soutient les résultats de Liechty *et al.* (2018). À l'inverse, le témoignage d'une des participantes souligne que le fait de passer davantage de temps sur Facebook en raison de la solitude l'a exposée davantage aux idéaux corporels, l'a conduit à comparer plus souvent son apparence à celle des autres femmes sur Facebook et à être plus préoccupée et insatisfaite de son corps, propos également rapportés dans l'étude de Fardouly et Vartanian (2015). Une plus grande utilisation de Facebook serait un facteur de vulnérabilité. Cependant, tout comme le mettent en évidence Hendrickse *et al.* (2017), les comparaisons sociales et le temps passé sur Facebook ne permettraient pas d'expliquer complètement la relation entre les médias sociaux et les préoccupations liées à l'image corporelle. Les résultats de la présente étude abonderaient donc plutôt dans le même sens que Cohen, Newton-John et Slater (2017) et Meir et Gray (2014) qui soulignent que ce sont les activités liées aux images sur Facebook, plus que le temps total passé sur le réseau social, qui seraient associées à une plus grande insatisfaction corporelle. En effet, il est proposé que l'influence de l'utilisation de Facebook repose sur sa combinaison à d'autres facteurs, tels que les activités et le contenu consulté (ce que les femmes voient et font), l'écart perçu entre leur corps et l'idéal véhiculé et le manque d'esprit critique, entre autres.

6.4 Implications pratiques

Cette recherche permet de mieux comprendre les différents types d'influence de Facebook sur l'image corporelle des femmes enceintes, ainsi que les facteurs qui sous-tendent, modulent ces influences. Au-delà de l'apport de cette étude aux connaissances scientifiques, les résultats ont aussi plusieurs implications au niveau pratique.

Les résultats de cette recherche fournissent des connaissances qui peuvent être utiles pour les intervenant.es et les professionnel.les travaillant auprès des femmes enceintes afin de favoriser chez elles une image corporelle positive. En identifiant certains facteurs de vulnérabilité et de protection concernant l'influence de Facebook lors de la grossesse, cette recherche fournit des pistes d'interventions pour outiller les femmes enceintes afin de promouvoir une saine image corporelle et réduire potentiellement les impacts négatifs sur leur santé et leur bien-être physique, psychologique et sexuel. Les expériences des participantes mettent en évidence l'importance de ne pas considérer l'influence de Facebook comme étant directe sur la perception et la satisfaction des femmes de leur corps. En effet, les résultats de cette recherche permettent de constater l'importance de miser sur l'agentivité des femmes afin de limiter l'influence négative que Facebook peut avoir sur leur image corporelle. Les différentes stratégies utilisées par les femmes pour se protéger contre l'influence potentiellement négative du contenu et des images présentant des corps idéalisés peuvent être utiles dans le cadre d'interventions.

En ce sens, parmi les différents facteurs de protection mentionnés, les résultats de cette recherche mettent en évidence l'importance de l'esprit critique dans la modulation de l'influence négative de Facebook sur l'image corporelle des femmes. Il serait pertinent que les intervenant.es et les professionnel.les de la santé, en amont et en aval, encouragent les femmes à prendre une posture critique face à l'idéal corporel véhiculé sur Facebook. Cela leur permettrait de se protéger contre une image corporelle négative (Liechty *et al.*, 2018) et favoriserait une perception réaliste des changements corporels durant la grossesse et leurs effets sur le corps après celle-ci. Aussi, les intervenant.es et professionnels œuvrant auprès des femmes pourraient les aider en les guidant vers des sources d'information et de soutien positives sur les

médias sociaux, telles que des groupes de mères, et en les aidant à identifier et à éviter les messages négatifs et les représentations idéalisées.

Dans le même ordre d'idées, les résultats de cette recherche soulignent les bienfaits d'inculquer et de valoriser chez les femmes une posture critique féministe. Tel que discuté, celle-ci permet de diminuer, voire même contrer, l'intériorisation des normes et idéaux sociaux de façon générale. Elle amène aussi les femmes à percevoir la valeur de leur corps autrement que par son unique apparence. Il importe de faire de l'intervention et de la prévention auprès des femmes concernant les normes et idéaux et leur influence sur les femmes pour lutter contre l'insatisfaction corporelle (Liechty *et al.*, 2018).

De plus, les résultats permettent de constater les effets bénéfiques d'une représentation réaliste, diversifiée et positive du corps des femmes enceintes sur l'image corporelle des participantes. Plus encore, ils suggèrent que Facebook peut être un média propice à ce genre de représentation du corps des femmes. Ainsi, il importe de développer et de déployer des outils de sensibilisation qui permettent d'utiliser le potentiel de ce type de média. Facebook étant un média grandement utilisé, il pourrait être un outil intéressant et pertinent pour déconstruire les normes et idéaux sociaux en véhiculant une représentation du corps positive et réaliste, ce qui, pour ces participantes, a été grandement bénéfique à leur image corporelle lorsqu'elles étaient enceintes. En outre, les femmes elles-mêmes peuvent jouer un rôle actif en se soutenant mutuellement par le biais des plateformes de médias sociaux (Liechty *et al.*, 2018).

Finalement, il importe de considérer que Facebook s'inscrit dans un contexte socioculturel plus large. Son influence ne peut donc pas être considérée de façon isolée, mais plutôt comme étant en interaction avec plusieurs autres sources

d'influence sociales, telles que la famille, les amis/pairs, les médias de masse, les autres médias sociaux, etc. (Tiggemann, 2011, 2012).

6.5 Limites de l'étude

La réalisation d'une recherche comporte plusieurs limites méthodologiques. Tout d'abord, les données de cette recherche qualitative exploratoire ont été recueillies rétrospectivement. Cela a pu nuire aux capacités mémorielles des femmes. Ainsi, l'une des limites qu'il importe de souligner est le biais de mémoire pouvant résulter du fait que les femmes ont été rencontrées alors qu'elles étaient en post-partum, c'est-à-dire entre 6 et 18 mois après la naissance de l'enfant. Il est possible qu'elles aient oublié ou occulté certains détails quant à leur image corporelle durant la grossesse et l'influence de Facebook sur celle-ci.

Une autre limite importante de cette recherche concerne l'homogénéité de l'échantillon à propos des origines ethnoculturelles des participantes. Durant le recrutement, une attention particulière a été portée à cet effet et des stratégies ont été mises en place pour favoriser la diversité de l'échantillon. Lors de la deuxième vague de recrutement, un critère d'inclusion a été ajouté afin de rencontrer des couples de nouveaux parents dont les partenaires s'identifient à un autre groupe ethnoculturel que canadien/qubécois. Malgré tout, l'échantillon final de cette recherche présente peu de variation quant à ce marqueur identitaire. Ainsi, cela affecte la transférabilité des résultats à d'autres populations et rend ceux-ci difficilement généralisables (Pirès, 1997). Aussi, malgré ce qu'il aurait été souhaité, le nombre important de participantes ayant utilisé Facebook durant la grossesse et la petite taille de l'échantillon n'ont pas permis d'avoir un groupe de comparaison de femmes n'ayant pas ou peu utilisé

Facebook et donc de valider l'influence réelle du média sur l'image corporelle des utilisatrices.

Un biais de désirabilité sociale pourrait avoir résulté des entretiens. En effet, ceux-ci se déroulant en face à face, les participantes pourraient avoir tenté de présenter une image favorable d'elles-mêmes. L'image corporelle peut être un sujet intime et sensible, ce qui peut avoir suscité de la censure de la part des participantes (Savoie-Zajc, 2016). Cela réduit également la transférabilité des résultats puisque les participantes peuvent avoir omis de dévoiler des informations importantes au sujet de leur image corporelle et de l'influence de Facebook sur celle-ci. Toutefois, pour tenter de pallier à cette limite, les entretiens individuels où était abordé le thème de l'image corporelle, se déroulaient suite à l'entretien dyadique. Un bon contact était alors déjà créé avec l'intervieweuse. Ce contact peut avoir aidé à surmonter ce biais de désirabilité sociale.

Ainsi, ces limites réitèrent l'importance de considérer les résultats de manière nuancée. Toutefois, cette recherche comporte aussi de nombreuses forces. L'atteinte de la saturation empirique, c'est-à-dire que les derniers entretiens n'apportaient plus de nouvelles informations quant au phénomène étudié (Savoie-Zajc, 2007) permet d'assurer une bonne compréhension et exploration du phénomène étudié. Aussi, l'échantillon de ce projet de recherche est issu d'un projet de recherche plus large portant sur la TàP. Les participant.es étaient recruté.es pour parler de leur processus de transition à la parentalité et en fonction de leur correspondance aux critères de ce projet, sans égard à ceux la présente recherche. Cela favorise une absence de biais quant à un échantillon de volontaires et donc un échantillon moins homogène quant à l'intérêt porté au sujet de cette recherche et aux expériences vécues. De plus, différentes stratégies ont été mises en place, tout au long du processus d'analyse, afin d'assurer la validité et la crédibilité des résultats. À cet effet, des rencontres avec des

collègues ont permis d'assurer la validité de l'arbre thématique, à l'aide d'un processus d'analyse inter-codeurs (Meyrick, 2006; Tracy, 2010). Ces rencontres ont également permis d'assurer que les liens entre les données empiriques et les interprétations soient justes et adéquats et donc d'augmenter la fiabilité des résultats. Les conclusions proposées ont été soumises à plusieurs évaluations de la part de l'équipe de recherche, afin que l'élaboration des résultats soit centrée sur les données (Meyrick, 2006; Tracy, 2010). Ainsi, malgré certaines limites, la présente étude met en lumière des résultats et des conclusions crédibles et fiables.

6.6 Recommandations pour les recherches futures

À la suite des résultats obtenus dans ce mémoire et à la lumière des limites énoncées, il est possible de formuler quelques recommandations pour des recherches futures sur cette thématique. Une étude à devis mixte pourrait être très utile à la compréhension du phénomène de l'influence de Facebook sur l'image corporelle des femmes. Un volet qualitatif jumelé à un volet quantitatif comportant des questionnaires psychométriques validés pourrait permettre d'explorer plus en profondeur toutes les nuances des expériences, établir des liens plus précis et approfondir la compréhension des mécanismes qui lient l'image corporelle des femmes à l'utilisation de Facebook ou des médias sociaux plus largement. De plus, des études récentes se sont intéressées à l'influence d'autres médias sociaux, tels qu'Instagram qui est un média social essentiellement axé sur le partage d'images (Cohen *et al.*, 2017; Fardouly *et al.*, 2018; Hendrickse *et al.*, 2017). Toutefois, l'influence de ce média sur l'image corporelle des femmes demeure encore peu étudiée (Fardouly *et al.*, 2018) et ce encore moins auprès des femmes enceintes (Liechty *et al.*, 2018). Instagram est l'une des plateformes de médias sociaux les plus populaires et dont l'utilisation est grandissante (Kemp, 2018), en plus d'être particulièrement populaire auprès des

jeunes femmes qui rapportent passer environ 30 minutes par jour sur le site (Tiggemann et Zaccardo, 2015). Il serait donc intéressant qu'une recherche explore comment ce média peut influencer l'image corporelle des femmes durant la grossesse et si cette influence est similaire ou différente à celle des autres médias sociaux. Les résultats suggèrent que les médias sociaux ont une relation particulièrement complexe avec l'image corporelle des femmes et plus de recherches sont nécessaires afin d'explorer leur influence (Liechty *et al.*, 2018).

L'étude de l'influence des médias sociaux sur l'image corporelle des femmes gagnerait à ce qu'une théorie ou un modèle plus adapté(e) soit développé(e) afin de mieux rendre compte des particularités de ces médias, du fait qu'ils peuvent véhiculer des représentations du corps plus réalistes et positive et également qu'ils peuvent être une source d'influence positive. Cette théorie ou ce modèle devrait également mettre en lumière le rôle important de l'agentivité des femmes et des facteurs de protection.

L'origine ethnique et l'identité culturelle peuvent moduler l'influence des médias sur l'image corporelle des femmes (Grogan, 2016). Il serait donc nécessaire d'explorer l'influence des médias sociaux auprès de populations de différentes origines ethnoculturelles, car cela a été très peu fait, particulièrement auprès de femmes enceintes.

Finalement, la présente recherche s'est intéressée de façon circonscrite à l'image corporelle durant la grossesse. Cependant, la période post-partum étant elle aussi une période de vulnérabilité pour l'image corporelle des femmes, en raison des normes et idéaux corporels (Clark, A. *et al.*, 2009; Gow *et al.*, 2012; Hodgkinson *et al.*, 2014; Liechty *et al.*, 2018; Roth *et al.*, 2012), une étude ciblant ce contexte particulier serait nécessaire.

CONCLUSION

La présente étude exploratoire a documenté les expériences et perceptions des femmes quant à l'influence des médias sociaux sur leur image corporelle durant la grossesse. En ce sens, cette recherche s'est intéressée à l'influence que Facebook peut avoir ou non sur l'image corporelle des femmes durant la grossesse, ainsi qu'aux facteurs entourant l'influence de Facebook sur l'image corporelle des femmes durant cette période. Pour ce faire, les résultats s'appuient sur le modèle socioculturel et la théorie féministe de l'objectification du corps des femmes.

Les résultats issus des entrevues individuelles semi-dirigées réalisées auprès de 20 femmes mères pour la première fois d'un enfant âgé entre 6 et 18 mois démontrent que l'influence que peut avoir Facebook sur l'image corporelle des femmes est diversifiée et est un processus complexe composé de plusieurs facteurs. D'un côté, les résultats de cette recherche mettent en lumière que le contenu et les images véhiculés sur Facebook exposent majoritairement les femmes à une représentation normative, idéalisée et objectifiante du corps durant la grossesse. Toutefois, Facebook peut également exposer les utilisatrices à une représentation plus réaliste, diversifiée et positive du corps durant la grossesse. En ce sens, le média social pourrait aussi offrir des alternatives plus réalistes à l'idéal social de beauté et de minceur et être une source d'*empowerment* et de soutien.

D'un autre côté, en ce qui concerne la publication de photos, les participantes soulignent que les commentaires reçus sur les photos publiées, considérés comme valorisants, rassurants et agréables à recevoir, peuvent avoir une influence positive. Cependant, les commentaires reçus portent essentiellement sur l'apparence et le poids des participantes et réitèrent les normes et idéaux sociaux de beauté et de minceur

entourant le corps des femmes enceintes, mais aussi confortent et valorisent les femmes dans leur correspondance à ceux-ci.

Les propos des participantes permettent de constater que lorsque l'utilisation de Facebook a pu avoir une influence sur leur image corporelle durant la grossesse, elle était positive pour certaines et négative pour d'autres. Par contre, la plupart des femmes rencontrées n'ont pas ressenti d'influence. En ce sens, cette étude permet de faire état des différents facteurs ayant modulé l'influence de Facebook sur l'image corporelle des femmes, lorsqu'elles étaient enceintes. D'abord, les témoignages des participantes ayant perçu une influence négative mettent en lumière que la pression ressentie à correspondre à l'idéal, l'exposition constante aux images normatives et idéalisées, le temps passé sur Facebook, la solitude et la comparaison sociale sont tous des facteurs de vulnérabilité. À l'inverse, ne pas passer beaucoup de temps sur Facebook, ne pas se comparer aux autres femmes enceintes et filtrer le contenu consulté sont nommés par les participantes n'ayant pas ressenti d'influence comme des facteurs de protection. Ces participantes mettent aussi en lumière que d'être féministe, de ne pas s'en faire avec ce que les autres peuvent penser et d'accorder moins d'importance à son apparence sont des facteurs qui leur ont permis de se protéger de l'influence potentiellement négative de l'idéal corporel véhiculé sur Facebook. Pour toutes les participantes, l'esprit critique a également joué un rôle majeur, en tant que stratégie d'adaptation ou comme facteur de protection.

Enfin, il est possible de soulever certains questionnements : l'influence de Facebook sur l'image corporelle durant la grossesse est-elle similaire ou différente dans d'autres contextes socioculturels et auprès de femmes ayant des origines ethnoculturelles diversifiées? Et l'utilisation de Facebook influence-t-elle l'image corporelle des femmes durant la période post-partum? Plus de recherches sont nécessaires afin de continuer à documenter ce phénomène.

APPENDICE A

GRILLE D'ENTRETIEN¹



Transition à la parentalité contemporaine Guide d'entretien individuel exploratoire - mère

Ce projet de recherche vise à saisir l'expérience subjective, les représentations et les significations que les nouveaux parents accordent à leurs situations, pratiques et relations. Plus spécifiquement, les sous-objectifs poursuivis dans ce projet de recherche effectué auprès de parents dont le premier né est âgé entre 6 et 18 mois sont :

- D'identifier, à partir des témoignages de nouveaux parents, les parcours de transition à la parentalité et ses répercussions au plan individuel et conjugal ;
- D'analyser l'intersection du genre, de l'appartenance à une minorité racialisée et de l'âge dans le parcours de la transition à la parentalité ;
- De décrire les mécanismes individuels et dyadiques de résilience (stratégies d'adaptation) qui sont mis en œuvre par les nouveaux parents.

QUESTIONS	OBJECTIFS
IMAGE CORPORELLE	
8. Dans quelle mesure votre perception de votre corps a changée ou non, du début de la grossesse et jusqu'à aujourd'hui ? • Quels changements avez-vous constaté au niveau de votre corps au cours de la grossesse et suite à celle-ci ?	8-9. Identifier les perceptions individuelles du corps féminin du début de la grossesse et jusqu'au temps
9. Croyez-vous que la perception qu'a votre	

¹ Dans la mesure où le projet de recherche sur la TàP n'est pas terminé et le rapport de recherche n'a pas été remis à l'organisme subventionnaire, seules les questions spécifiques à ce projet de maîtrise sont présentées dans cet appendice ainsi que le suivant.

partenaire de votre corps a changé ? Si oui pourquoi et de quelle façon ? Si non, pourquoi • Avez-vous l'impression que le fait d'assister à l'accouchement a eu un impact sur la façon dont votre partenaire perçoit votre corps? Si oui, comment?	présent
INFORMATIONS ET MÉDIAS SOCIAUX 15. De votre point de vue, comment le corps des femmes enceintes est-il présenté sur Facebook? • Par exemple, concernant le poids, l'apparence et la forme physique, etc. • Comment vous sentiez-vous par rapport à cette représentation? • Dans quelle mesure aviez-vous l'impression de correspondre à cette représentation ? 16. Comment l'utilisation de Facebook a pu influencer positivement, négativement ou pas votre perception et satisfaction de votre corps, tout au long de votre grossesse? Pourquoi? • Comment les publications d'autres femmes, enceintes ou pas, ou les réactions des autres à vos publications ont-elles influencé votre perception de votre corps, lorsque vous étiez enceinte? 17. En lien avec votre propre expérience, quelles sont les facteurs qui font en sorte qu'une femme est plus ou moins influencée par ce qui est véhiculé sur Facebook, par rapport au corps des femmes pendant la grossesse?	15. Explorer la perception de la participante de la représentation et des normes sociales entourant la grossesse, sur Facebook 16. Explorer l'influence de l'usage de Facebook sur l'image corporelle de la participante, durant la grossesse 17. Dégager les facteurs de vulnérabilité et de protection de l'influence de Facebook sur l'image corporelle de la participante

APPENDICE B

QUESTIONNAIRE SOCIODÉMOGRAPHIQUE

Transition à la parentalité contemporaine
Questionnaire Femme

13. Questions sur le corps et la grossesse.

Répondez en encerclant le chiffre qui correspond le plus à votre degré d'accord par rapport à l'affirmation, en sachant que 1 = totalement en désaccord, 2= en désaccord, 3= ni en désaccord, ni en accord, 4= en accord et 5= totalement en accord.

Durant ma grossesse, j'aimais l'apparence de mon corps... ... durant le 1^{er} trimestre (0 à 14 semaines) ... durant le 2^{ème} trimestre (15 à 28 semaines) ... durant le 3^{ème} trimestre (29 à 40 semaines)	<table> <tr> <td align="center" colspan="5">Totalement en désaccord</td> <td align="center" colspan="5">Totalement en accord</td> </tr> <tr> <td align="center">1</td><td align="center">2</td><td align="center">3</td><td align="center">4</td><td align="center">5</td> <td></td><td></td><td></td><td></td><td></td> </tr> <tr> <td align="center">1</td><td align="center">2</td><td align="center">3</td><td align="center">4</td><td align="center">5</td> <td></td><td></td><td></td><td></td><td></td> </tr> <tr> <td align="center">1</td><td align="center">2</td><td align="center">3</td><td align="center">4</td><td align="center">5</td> <td></td><td></td><td></td><td></td><td></td> </tr> </table>	Totalement en désaccord					Totalement en accord					1	2	3	4	5						1	2	3	4	5						1	2	3	4	5					
Totalement en désaccord					Totalement en accord																																				
1	2	3	4	5																																					
1	2	3	4	5																																					
1	2	3	4	5																																					
Je me sentais confiante et fière de l'apparence de mon corps, durant ma grossesse... ... durant le 1^{er} trimestre (0 à 14 semaines) ... durant le 2^{ème} trimestre (15 à 28 semaines) ... durant le 3^{ème} trimestre (29 à 40 semaines)	<table> <tr> <td align="center" colspan="5">Totalement en désaccord</td> <td align="center" colspan="5">Totalement en accord</td> </tr> <tr> <td align="center">1</td><td align="center">2</td><td align="center">3</td><td align="center">4</td><td align="center">5</td> <td></td><td></td><td></td><td></td><td></td> </tr> <tr> <td align="center">1</td><td align="center">2</td><td align="center">3</td><td align="center">4</td><td align="center">5</td> <td></td><td></td><td></td><td></td><td></td> </tr> <tr> <td align="center">1</td><td align="center">2</td><td align="center">3</td><td align="center">4</td><td align="center">5</td> <td></td><td></td><td></td><td></td><td></td> </tr> </table>	Totalement en désaccord					Totalement en accord					1	2	3	4	5						1	2	3	4	5						1	2	3	4	5					
Totalement en désaccord					Totalement en accord																																				
1	2	3	4	5																																					
1	2	3	4	5																																					
1	2	3	4	5																																					
Les effets de la grossesse sur l'apparence de mon corps m'inquiétaient beaucoup et occupaient souvent mes pensées...	<table> <tr> <td align="center" colspan="5">Totalement en désaccord</td> <td align="center" colspan="5">Totalement en accord</td> </tr> <tr> <td></td><td></td><td></td><td></td><td></td> <td></td><td></td><td></td><td></td><td></td> </tr> </table>	Totalement en désaccord					Totalement en accord																																		
Totalement en désaccord					Totalement en accord																																				

... durant le 1 ^{er} trimestre (0 à 14 semaines)	1	2	3	4	5
... durant le 2 ^{ème} trimestre (15 à 28 semaines)	1	2	3	4	5
... durant le 3 ^{ème} trimestre (29 à 40 semaines)	1	2	3	4	5
Durant ma grossesse, j'ai ressenti de la pression à ne pas prendre trop de poids et/ou par rapport à mon apparence...	Totalelement en désaccord		Totalelement en accord		
... de mon/ma partenaire.	1	2	3	4	5
...de ma famille.	1	2	3	4	5
...de mes ami(e)s.	1	2	3	4	5
Durant ma grossesse, j'ai ressenti du soutien et reçu des commentaires positifs par rapport à mon corps et mon apparence...	Totalelement en désaccord		Totalelement en accord		
... de mon/ma partenaire.	1	2	3	4	5
...de ma famille.	1	2	3	4	5
...de mes ami(e)s.	1	2	3	4	5
Pour moi, une belle femme enceinte n'a pas pris beaucoup de poids et sa peau n'a pas d'imperfection.	Totalelement en désaccord		Totalelement en accord		
	1	2	3	4	5
Tout au long de ma grossesse, j'utilisais Facebook...	a) Plusieurs fois par jour b) Une à deux fois par jour c) Quelques fois par semaine d) Une fois par semaine e) Rarement f) Jamais				
Si vous avez répondu que vous utilisiez <i>jamais</i> ou <i>rarement</i> Facebook passez directement à la section <i>Discussion avec un professionnel de la santé</i>					

Durant ma grossesse, j'ai publié des photos de moi, sur Facebook <u>Si vous avez publié des photos</u> Sur Facebook, j'ai reçu... ... des commentaires négatifs, sur des photos de moi durant ma grossesse. Ils ont influencé négativement ma perception de mon corps. ... des commentaires positifs, sur des photos de moi durant ma grossesse. Ils ont influencé positivement ma perception de mon corps. Sur les photos que je publiais de moi enceinte, je faisais attention d'être radieuse et de toujours bien paraître	<table> <tr> <td>Jamais</td> <td colspan="3">souvent</td> <td>Très</td> </tr> <tr> <td>1</td> <td>2</td> <td>3</td> <td>4</td> <td>5</td> </tr> <tr> <td colspan="5"> </td> </tr> <tr> <td>Jamais</td> <td colspan="3">souvent</td> <td>Très</td> </tr> <tr> <td>1</td> <td>2</td> <td>3</td> <td>4</td> <td>5</td> </tr> <tr> <td colspan="5"> </td> </tr> <tr> <td colspan="3">Totalelement en désaccord</td> <td colspan="2">Totalelement en accord</td> </tr> <tr> <td>1</td> <td>2</td> <td>3</td> <td>4</td> <td>5</td> </tr> <tr> <td>Jamais</td> <td colspan="3"> </td> <td>Très souvent</td> </tr> <tr> <td>1</td> <td>2</td> <td>3</td> <td>4</td> <td>5</td> </tr> <tr> <td colspan="5"> </td> </tr> <tr> <td colspan="3">Totalelement en désaccord</td> <td colspan="2">Totalelement en accord</td> </tr> <tr> <td>1</td> <td>2</td> <td>3</td> <td>4</td> <td>5</td> </tr> <tr> <td>1</td> <td>2</td> <td>3</td> <td>4</td> <td>5</td> </tr> </table>	Jamais	souvent			Très	1	2	3	4	5						Jamais	souvent			Très	1	2	3	4	5						Totalelement en désaccord			Totalelement en accord		1	2	3	4	5	Jamais				Très souvent	1	2	3	4	5						Totalelement en désaccord			Totalelement en accord		1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
Jamais	souvent			Très																																																																			
1	2	3	4	5																																																																			
Jamais	souvent			Très																																																																			
1	2	3	4	5																																																																			
Totalelement en désaccord			Totalelement en accord																																																																				
1	2	3	4	5																																																																			
Jamais				Très souvent																																																																			
1	2	3	4	5																																																																			
Totalelement en désaccord			Totalelement en accord																																																																				
1	2	3	4	5																																																																			
1	2	3	4	5																																																																			
Sur Facebook, il m'est arrivé de voir des images ou du contenu... qui ont influencé négativement ma perception de mon corps ...qui ont influencé positivement ma perception de mon corps	<table> <tr> <td>Jamais</td> <td colspan="3"> </td> <td>Très souvent</td> </tr> <tr> <td>1</td> <td>2</td> <td>3</td> <td>4</td> <td>5</td> </tr> <tr> <td>1</td> <td>2</td> <td>3</td> <td>4</td> <td>5</td> </tr> </table>	Jamais				Très souvent	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5																																																							
Jamais				Très souvent																																																																			
1	2	3	4	5																																																																			
1	2	3	4	5																																																																			
Sur Facebook, durant ma grossesse, j'ai comparé mon apparence physique à... ... Des membres de ma famille ... Des amies proches ... Des amies seulement sur Facebook ... Des célébrités	<table> <tr> <td>Jamais</td> <td colspan="3"> </td> <td>Très souvent</td> </tr> <tr> <td>1</td> <td>2</td> <td>3</td> <td>4</td> <td>5</td> </tr> <tr> <td>1</td> <td>2</td> <td>3</td> <td>4</td> <td>5</td> </tr> <tr> <td>1</td> <td>2</td> <td>3</td> <td>4</td> <td>5</td> </tr> <tr> <td>1</td> <td>2</td> <td>3</td> <td>4</td> <td>5</td> </tr> </table>	Jamais				Très souvent	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5																																													
Jamais				Très souvent																																																																			
1	2	3	4	5																																																																			
1	2	3	4	5																																																																			
1	2	3	4	5																																																																			
1	2	3	4	5																																																																			

Via Facebook, j'ai ressenti de la pression à avoir un corps et un ventre de grossesse (<i>baby bump</i>) parfait (ex : absence de vergeture, faible prise de poids, un ventre ni trop gros, ni trop petit, etc.).	<table> <tr> <td colspan="2">Totalement en désaccord</td> <td colspan="3"></td> <td colspan="2">Totalement en accord</td> </tr> <tr> <td>1</td> <td>2</td> <td>3</td> <td>4</td> <td>5</td> <td colspan="2"></td> </tr> </table>	Totalement en désaccord					Totalement en accord		1	2	3	4	5									
Totalement en désaccord					Totalement en accord																	
1	2	3	4	5																		
J'ai suivi un ou plusieurs groupes de mères sur Facebook, durant ma grossesse.	a) Oui b) Non																					
(Si vous avez répondu oui, à cette question) Concernant votre apparence durant votre grossesse, ce(s) groupe(s) de mères ont été : - Une source de soutien - Une source de pression	<table> <tr> <td colspan="2">Totalement en désaccord</td> <td colspan="3"></td> <td colspan="2">Totalement en accord</td> </tr> <tr> <td>1</td> <td>2</td> <td>3</td> <td>4</td> <td>5</td> <td colspan="2"></td> </tr> <tr> <td>1</td> <td>2</td> <td>3</td> <td>4</td> <td>5</td> <td colspan="2"></td> </tr> </table>	Totalement en désaccord					Totalement en accord		1	2	3	4	5			1	2	3	4	5		
Totalement en désaccord					Totalement en accord																	
1	2	3	4	5																		
1	2	3	4	5																		

RÉFÉRENCES

- Alvy, L. M. (2013). Do lesbian women have a better body image? Comparisons with heterosexual women and model of lesbian-specific factors. *Body Image*, 10(4), 524-534.
- Andsager, J. L. (2014). Research Directions in Social Media and Body Image. *Sex Roles*, 71(11), 407-413.
- Baker, B. et Yang, I. (2018). Social media as social support in pregnancy and the postpartum. *Sexual & Reproductive Healthcare*, 17, 31-34.
- Boepple, L., Ata, R. N., Rum, R. et Thompson, J. K. (2016). Strong is the new skinny: A content analysis of fitspiration websites. *Body Image*, 17, 132-135.
- Boepple, L. et Thompson, K. J. (2017). An exploration of appearance and health messages present in pregnancy magazines. *Journal of Health Psychology*, 1-7.
- Cafri, G., Yamamiya, Y., Brannick, M. et Thompson, K. J. (2005). The Influence of Sociocultural Factors on Body Image: A Meta-Analysis. *Clinical Psychology: Science and Practice*, 12(4), 421-433.
- Cash, T. F., Fleming, E. C., Alindogan, J., Steadman, L. et Whitehead, A. (2002). Beyond body image as a trait: the development and validation of the Body Image States Scale. *Eating Disorder*, 10(2), 103-113.
- Cash, T. F. et Pruzinsky, T. (2004a). *Body Image: A Handbook of Theory, Research, and Clinical Practice*. Guilford Publications.
- Cash, T. F. et Pruzinsky, T. (2004b). Future challenges for body image theory, research, and clinical practice. Dans T. F. Cash et T. Pruzinsky (dir.), *Body Image: A Handbook of Theory, Research, and Clinical Practice* (p. 509-516). New-York : Guilford Press.
- Chang, S.-R., Chen, K.-H., Lin, H.-H. et Yu, H.-J. (2011). Comparison of Overall Sexual Function, Sexual Intercourse/Activity, Sexual Satisfaction, and Sexual Desire During the Three Trimesters of Pregnancy and Assessment of Their Determinants. *The Journal of Sexual Medicine*, 8(10), 2859-2867.
- Chrisler, J. C. (2011). Feminist Psychology and the "Body Problem". *Psychology of Women Quarterly*, 35(4), 648-654.
- Clark, A., Skouteris, H., Wertheim, E. H., Paxton, S. J. et Milgrom, J. (2009). My baby body: A qualitative insight into women's body-related experiences and mood during pregnancy and the postpartum. *Journal of Reproductive and Infant Psychology*, 27(4), 330-345.

- Clark, L. et Tiggemann, M. (2007). Sociocultural influences and body image in 9- to 12-year-old girls: the role of appearance schemas. *J Clin Child Adolesc Psychol*, 36(1), 76-86.
- Cohen, R., Newton-John, T. et Slater, A. (2017). The relationship between Facebook and Instagram appearance-focused activities and body image concerns in young women. *Body Image*, 23, 183-187.
- Conner, M., Johnson, C. et Grogan, S. (2004). Gender, sexuality, body image and eating behaviours. *J Health Psychol*, 9(4), 505-515.
- Conrad, R., Schablewski, J., Schilling, G. et Liedtke, R. (2003). Worsening of symptoms of bulimia nervosa during pregnancy. *Psychosomatics*, 44(1), 76-78.
- Cramer, E. M., Song, H. et Drent, A. M. (2016). Social comparison on Facebook: Motivation, affective consequences, self-esteem, and Facebook fatigue. *Computers in Human Behavior*, 64, 739-746.
- Dakanalis, A., Clerici, M., Caslini, M., Favagrossa, L., Prunas, A., Volpato, C., ... Zanetti, M. (2014). Internalization of sociocultural standards of beauty and disordered eating behaviours: the role of body surveillance, shame and social anxiety. *Journal of Psychopathology*, 20, 33-37.
- De Choudhury, M., Counts, S. et Horvitz, E. (2013). Major life changes and behavioral markers in social media: case of childbirth. *Proceedings of the 2013 conference on Computer supported cooperative work* (p. 1431-1442). 2441937 : ACM.
- Dohnt, H. et Tiggemann, M. (2006). The contribution of peer and media influences to the development of body satisfaction and self-esteem in young girls: a prospective study. *Developmental psychology*, 42(5), 929-936.
- Drentea, P. et Moren-Cross, J. L. (2005). Social capital and social support on the web: the case of an internet mother site. *Sociology of Health and Illness*, 27(7), 920-943.
- Duggan, M. et Brenner, J. (2013). *The Demographics of Social Media Users — 2012*. Pew Research Center's Internet & American Life Rproject.
- Duncombe, D., Wertheim, E. H., Skouteris, H., Paxton, S. J. et Kelly, L. (2008). How well do women adapt to changes in their body size and shape across the course of pregnancy? . *Journal of health psychology*, 13(4), 503-515.
- Easton, S., Morton, K., Tappy, Z., Francis, D. et Dennison, L. (2018). Young People's Experiences of Viewing the Fitspiration Social Media Trend: Qualitative Study. *Journal of Medical Internet Research*, 20(6), e219.

- Fardouly, J., Diedrichs, P. C., Vartanian, L. R. et Halliwell, E. (2015a). The mediating role of appearance comparisons in the relationship between media usage and self-objectification in young women. *Psychology of Women Quarterly*, 39(4), 447-457.
- Fardouly, J., Diedrichs, P. C., Vartanian, L. R. et Halliwell, E. (2015b). Social comparisons on social media: The impact of Facebook on young women's body concerns and mood. *Body Image*, 13, 38-45.
- Fardouly, J. et Holland, E. (2018). Social media is not real life: The effect of attaching disclaimer-type labels to idealized social media images on women's body image and mood. *New Media & Society*, 1-18.
- Fardouly, J. et Vartanian, L. R. (2015). Negative comparisons about one's appearance mediate the relationship between Facebook usage and body concerns. *Body Image*, 12, 82-88.
- Fardouly, J., Willburger, B. K. et 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.
- Fey-Yensan, N., McCormick, L. et English, C. (2002). Body image and weight preoccupation in older women: A review. *Healthy Weight Journal*, 16, 68-71.
- Fitzsimmons-Craft, E. E., Bardone-Cone, A. M., Bulik, C. M., Wonderlich, S. A., Crosby, R. D. et Engel, S. G. (2014). Examining an Elaborated Sociocultural Model of Disordered Eating Among College Women: The Roles of Social Comparison and Body Surveillance. *Body image*, 11(4), 488-500.
- Fredrickson, B. L. et Roberts, T.-A. (1997). Objectification Theory: Toward Understanding Women's Lived Experiences and Mental Health Risks. *Psychology of Women Quarterly*, 21(2), 173-206.
- Fuller-Tyszkiewicz, M., Skouteris, H., Watson, B. E. et Hill, B. (2013). Body dissatisfaction during pregnancy: A systematic review of cross-sectional and prospective correlates. *Journal of health psychology*, 18(11), 1411-1421.
- Ghaznavi, J. et Taylor, L. D. (2015). Bones, body parts, and sex appeal: An analysis of #thinspiration images on popular social media. *Body Image*, 14, 54-61.
- Gow, R. W., Lydecker, J. A., Lamanna, J. D. et Mazzeo, S. E. (2012). Representations of celebrities' weight and shape during pregnancy and postpartum: a content analysis of three entertainment magazine websites. *Body Image*, 9(1), 172-175.
- Grabe, S., Ward, M. L. et Hyde, J. S. (2008). The Role of the Media in Body Image Concerns among Women: A Meta-Analysis of Experimental and Correlational Studies. *Psychological Bulletin*, 134(3), 460-476.

- Greenberg, M. L. (2008). *Navigating Women's Bodily Changes during First Time Pregnancy: A Qualitative Study of Heterosexual Married Couples' Perceptions and Experiences* Alliant International University, San Diego.
- Grogan, S. (2008). *Body image: understanding body dissatisfaction in men, women, and children.* (Grogan2008). London, UK : Routledge.
- Grogan, S. (2016). *Body Image: Understanding Body Dissatisfaction in Men, Women and Children.* Taylor & Francis.
- Halliwell, E. et Harvey, M. (2006). Examination of a sociocultural model of disordered eating among male and female adolescents. *Br J Health Psychol*, 11(Pt 2), 235-248.
- Halliwell, E., Malson, H. et Tischner, I. (2011). Are Contemporary Media Images Which Seem to Display Women as Sexually Empowered Actually Harmful to Women? *Psychology of Women Quarterly*, 35(1), 38-45.
- Hendrickse, J., Arpan, L. M., Clayton, R. B. et Ridgway, J. L. (2017). Instagram and college women's body image: Investigating the roles of appearance-related comparisons and intrasexual competition. *Computers in Human Behavior*, 74, 92-100.
- Hicks, S. et Brown, A. (2016). Higher Facebook use predicts greater body image dissatisfaction during pregnancy: The role of self-comparison. *Midwifery*, 40, 132-140.
- Hodgkinson, E. L., Smith, D. M. et Wittkowski, A. (2014). Women's experiences of their pregnancy and postpartum body image: a systematic review and meta-synthesis. *14*, (330-341).
- Holmstrom, A. J. (2004). The Effects of the Media on Body Image: A Meta-Analysis. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 48(2), 196-217.
- Institut de la statistique du Québec. (2018). *Statistiques sociodémographiques: Les naissances au Québec et dans les régions en 2017, Coup d'oeil sociodémographique, Avril 2018(54)* Québec : Gouvernement du Québec.
- Jang, K., Park, N. et Song, H. (2016). Social comparison on Facebook: Its antecedents and psychological outcomes. *Computers in Human Behavior*, 62, 147-154.
- Johnson, S., Edwards, K. et Gidycz, C. (2015). Interpersonal Weight-Related Pressure and Disordered Eating in College Women: A Test of an Expanded Tripartite Influence Model. *Sex Roles*, 72(1-2), 15-24.
- Johnston, C. A. et Moreno, J. P. (2014). Pregnancy. *American Journal of Lifestyle Medicine*, 8(2), 93-96.

- Karsay, K., Knoll, J. et Matthes, J. (2018). Sexualizing Media Use and Self-Objectification: A Meta-Analysis. *Psychology of Women Quarterly*, 42(1), 9-28.
- Keery, H., van den Berg, P. et Thompson, J. K. (2004). An evaluation of the Tripartite Influence Model of body dissatisfaction and eating disturbance with adolescent girls. *Body Image*, 1(3), 237-251.
- Kelly, L. (2007). Lesbian body image perceptions: the context of body silence. *Qual Health Res*, 17(7), 873-883.
- Kemp, S. (2017). *Digital in 2017: Global Overview Report (Internet, social media, and mobile data for 239 countries around the world)*. New-York : We Are Social & Hootsuite.
- Kemp, S. (2018). *Digital in 2018 Global Overview: essential insights into Internet, social media, mobile, and ecommerce use around the world*. New-York : We Are Social & Hootsuite.
- Kim, M. et Park, W. (2016). Who is at risk on Facebook? The effects of Facebook News Feed photographs on female college students' appearance satisfaction. *Social Science Journal*, 53(4), 427-434.
- Kimbrough, A. M., Guadagno, R. E., Muscanell, N. L. et Dill, J. (2013). Gender differences in mediated communication: Women connect more than do men. *Computers in Human Behavior*, 29, 896-900.
- Koff, E., Lucas, M., Migliorini, R. et Grossmith, S. (2010). Women and body dissatisfaction: Does sexual orientation make a difference? *Body Image*, 7(3), 255-258.
- Lenhart, A., Purcell, K., Smith, A. et Zickuhr, K. (2010). *Social media & mobile Internet use among teens and young adults*. Pew Research Center's Internet & American Life Project.
- Levine, M. P. et Chapman, K. (2011). Media influences on body image. Dans T. F. Cash et L. Smolak (dir.), *Body image: A handbook of science, practice, and prevention*, 2nd ed. (p. 101-109). New York, NY, US : Guilford Press.
- Lewallen, J. et Behm-Morawitz, E. (2016). Pinterest or Thinterest?: Social Comparison and Body Image on Social Media. *Social Media + Society*, Janvier-Mars, 1-9.
- Liechty, T., Coyne, S. M., Collier, K. M. et Sharp, A. D. (2018). "It's Just Not Very Realistic": Perceptions of Media Among Pregnant and Postpartum Women. *Health Communication*, 33(7), 851-859.

- Lovering, M. E., Rodgers, R. F., George, J. E. et Franko, D. L. (2018). Exploring the Tripartite Influence Model of body dissatisfaction in postpartum women. *Body Image*, 24, 44-54.
- Luce, A., Cash, M., Hundley, V., Cheyne, H., Van Teijlingen, E. et Angell, C. (2016). "Is it realistic?" the portrayal of pregnancy and childbirth in the media. *BMC Pregnancy and Childbirth*, 16(40), 1-10.
- Martineau, S. (2007). L'éthique en recherche qualitative : quelques pistes de réflexion. *Recherches Qualitatives, Hors Série*(5), 70-81.
- Mask, L. et Blanchard, C. M. (2010). The protective role of general self-determination against 'thin ideal' media exposure on women's body image and eating-related concerns. *Journal of Health Psychology*, 16(3), 489-499.
- Masten, A. S. et Monn, A. R. (2015). Child and Family Resilience: A Call for Integrated Science, Practice, and Professional Training. *Family Relations*, 64(1), 5-21.
- Mayer-Schönberger, V. et Cukier, K. (2013). *Big Data: A Revolution that Will Transform how We Live, Work and Think*. John Murray.
- McAndrew, F. T. et Jeong, H. S. (2012). Who does what on Facebook? Age, sex, and relationship status as predictors of Facebook use. *Computers in Human Behavior*, 28(6), 2359-2365.
- McKinley, N. M. (2011a). Feminist Consciousness and Objectified Body Consciousness. *Psychology of Women Quarterly*, 35(4), 684-688.
- McKinley, N. M. (2011b). Feminist Perspectives on Body Image. Dans T. F. Cash et L. Smolak (dir.), *Body image: A handbook of science, practice and prevention* (p. 48-55). New York : Guilford Press.
- Meier, E. P. et Gray, J. (2014). Facebook Photo Activity Associated with Body Image Disturbance in Adolescent Girls. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 17(4), 199-206.
- Merriam, S. B. (2009). *Qualitative Research: A Guide to Design and Implementation*. John Wiley & Sons.
- Meyrick, J. (2006). What is Good Qualitative Research? A First Step towards a Comprehensive Approach to Judging Rigour/Quality. *Journal of Health Psychology*, 11(5), 799-808.
- Miles, M. B. et Huberman, M. A. (1994). *Qualitative Data Analysis: An Expanded Sourcebook*. London : SAGE.
- Milhausen, R. R., Buchholz, A. C., Opperman, E. A. et Benson, L. E. (2015). Relationships Between Body Image, Body Composition, Sexual Functioning,

- and Sexual Satisfaction Among Heterosexual Young Adults. *Archives of Sexual Behavior*, 44(6), 1621-1633.
- Mond, J., Mitchison, D., Latner, J., Hay, P., Owen, C. et Rodgers, B. (2013). Quality of life impairment associated with body dissatisfaction in a general population sample of women. *BMC Public Health*, 13(1), 920.
- Morrison, M. A., Morrison, T. G. et Sager, C. L. (2004). Does body satisfaction differ between gay men and lesbian women and heterosexual men and women? A meta-analytic review. *Body Image*, 1(2), 127-138.
- Muehlenkamp, J. J. et Saris-Baglama, R. N. (2002). Self-Objectification and Its Psychological Outcomes for College Women. *Psychology of Women Quarterly*, 26(4), 371-379.
- Muennig, P., Jia, H., Lee, R. et Lubetkin, E. (2008). I Think Therefore I Am: Perceived Ideal Weight as a Determinant of Health. *American Journal of Public Health*, 98(3), 501-506.
- Murnen, S. K. (2011). Gender and body images. Dans *Body image: A handbook of science, practice, and prevention*, 2nd ed. (p. 173-179). New York, NY, US : Guilford Press.
- Murnen, S. K. et Seabrook, R. (2012). Feminist perspectives on body image and physical appearance. Dans T. F. Cash (dir.), *Encyclopedia of Body Image and Human Appearance* (vol. 1, p. 438-443). San Diego : Elsevier Academic Press.
- Murnen, S. K. et Smolak, L. (2008). Are Feminist Women Protected from Body Image Problems? A Meta-analytic Review of Relevant Research. *Sex Roles*, 60(3), 186.
- Myers, T. A. et Crowther, J. H. (2009). Social comparison as a predictor of body dissatisfaction: A meta-analytic review. *J Abnorm Psychol*, 118(4), 683-698.
- Nash, M. (2011). "You don't train for a marathon sitting on the couch": Performances of pregnancy 'fitness' and 'good' motherhood in Melbourne, Australia. *Women's studies international forum*, 34(1), 50-65.
- Nash, M. (2012). Weighty matters: Negotiating 'fatness' and 'in-betweenness' in early pregnancy. *Feminism & Psychology*, 22(3), 307-323.
- Nash, M. (2014). Picturing mothers : A photovoice study of body image in pregnancy. *Health Sociology Review*, 23(3), 242-253.
- Neagu, A. (2015). Body Image: A Theoretical Framework. *The Publishing House of the Romanian Academy - Anthropology*, 17(1), 29-38

- Neighbors, L. A. et Sobal, J. (2007). Prevalence and magnitude of body weight and shape dissatisfaction among university students. *Eating Behaviors*, 8(4), 429-439.
- Neiterman, E. (2012). Doing pregnancy: pregnant embodiment as performance. *Women's Studies International Forum*, 35(5), 372-383.
- Ozimek, P. et Bierhoff, H.-W. (2016). Facebook use depending on age: The influence of social comparisons. *Computers in Human Behavior*, 61, 271-279.
- Paillé, P. et Mucchielli, A. (2012). *L'analyse qualitative en sciences humaines et sociales*. Paris : Armand Colin.
- Paquette, M.-C. et Raine, K. (2004). Sociocultural context of women's body image. *Social Science & Medicine*, 59(5), 1047-1058.
- Pauls, R. N., Occhino, J. A. et Dryfhout, V. L. (2008). Effects of pregnancy on female sexual function and body image: A prospective study. *Journal of Sexual Medicine*, 5(8), 1915-1922.
- Peat, C. M., Peyerl, N. L. et Muehlenkamp, J. J. (2008). Body Image and Eating Disorders in Older Adults: A Review. *The Journal of General Psychology*, 135(4), 343-358.
- Peplau, L. A., Frederick, D. A., Yee, C., Maisel, N., Lever, J. et Ghavami, N. (2009). Body image satisfaction in heterosexual, gay, and lesbian adults. *Arch Sex Behav*, 38(5), 713-725.
- Perloff, R. M. (2014). Social Media Effects on Young Women's Body Image Concerns: Theoretical Perspectives and an Agenda for Research. *Sex Roles*, 71, 363-377.
- Pirès, A. (1997). Échantillonnage et recherche qualitative: essai théorique et méthodologique. Dans Poupart, Deslauriers, Groulx, Laperrière, Mayer et Pires (dir.), *La recherche qualitative. Enjeux épistémologiques et méthodologiques* (p. 113-169). Montréal : Gaëtan Morin, Éditeur.
- Poupart, J. (1997). *La recherche qualitative: enjeux épistémologiques et méthodologiques*. Montréal : Centre international de criminologie comparée, Université de Montréal.
- Radoš, S. N., Vraneš, H. S. et Šunjić, M. (2014). Limited role of body satisfaction and body image self-consciousness in sexual frequency and satisfaction in pregnant women. *Journal of sex research*, 51(5), 532-541.
- Rajagopalan, J. et Shejwal, B. (2014). Influence of Sociocultural Pressures on Body Image Dissatisfaction. *Psychological Studies*, 59(4), 357-364.

- Rallis, S., Skouteris, H., Wertheim, E. H. et Paxton, S. J. (2007). Predictors of body image during the first year postpartum: a prospective study. *Women Health*, 45(1), 87-104.
- Ramsey, L. R. et Horan, A. L. (2017). Picture this: Women's self-sexualization in photos on social media. *Personality and Individual Differences*, Article in press.
- Ricciardelli, L. A. et McCabe, M. P. (2001). Self-Esteem and Negative Affect as Moderators of Sociocultural Influences on Body Dissatisfaction, Strategies to Decrease Weight, and Strategies to Increase Muscles Among Adolescent Boys and Girls. *Sex Roles*, 44(3), 189-207.
- Robinson, B. B. E., Bockting, W. O., Simon Rosser, B. R., Miner, M. et Coleman, E. (2002). The Sexual Health Model : application of a sexological approach. *Health Education Research*, 17(1), 43-57.
- Rodger, D., Skuse, A., Wilmore, M., Humphreys, S., Dalton, J., Flabouris, M. et Clifton, V. L. (2013). Pregnant women's use of information and communications technologies to access pregnancy-related health information in South Australia. *Australian Journal of Primary Health*, 19(4), 308-312.
- Roomruangwong, C., Kanchanatawan, B., Sirivichayakul, S. et Maes, M. (2017). High incidence of body image dissatisfaction in pregnancy and the postnatal period: Associations with depression, anxiety, body mass index and weight gain during pregnancy. *Sexual & Reproductive Healthcare*, 13, 103-109.
- Roth, H., Homer, C. et Fenwick, J. (2012). "Bouncing back": How Australia's leading women's magazines portray the postpartum 'body'. *Women and Birth*, 25(1), 128—134.
- Rubin, L. R., Nemeroff, C. J. et Russo, N. F. (2004). Exploring Feminist Women's Body Consciousness. *Psychology of Women Quarterly*, 28(1), 27-37.
- Rubin, L. R. et Steinberg, J. (2011). Self-Objectification and Pregnancy: Are Body Functionality Dimensions Protective? . *Sex Roles*, 65(7), 606-618.
- Runfola, C. D., Von Holle, A., Trace, S. E., Brownley, K. A., Hofmeier, S. M., Gagne, D. A. et Bulik, C. M. (2013). Body dissatisfaction in women across the lifespan: Results of the UNC-SELF and gender and body image (GABI) studies. *European Eating Disorders Review*, 21(1), 52-59.
- Santos Silva, D. A., Nahas, M. V., De Sousa, T. F., Del Duca, G. F. et Peres, K. G. (2011). Prevalence and associated factors with body image dissatisfaction among adults in southern Brazil: a population-based study. *Body Image*, 8.
- Saucier, M. G. (2004). Midlife and beyond: issues for aging women. *Journal of Counseling and Development*, 82, 420+.

- Savoie-Zajc, L. (2003). Chapitre 12: L'entrevue semi-dirigée. Dans B. Gauthier (dir.), *Recherche sociale, 4ème édition: de la problématique à la collecte de données* (p. 293-316). Québec : Presses de l'Université du Québec.
- Savoie-Zajc, L. (2007). Comment peut-on construire un échantillonnage scientifiquement valide? *Recherches Qualitatives, Hors Série*(5), 99-111.
- Savoie-Zajc, L. (2016). L'entrevue semi-dirigée. Dans B. Gauthier et I. Bourgeois (dir.), *Recherche sociale: De la problématique à la collecte de données, 6ème édition* (p. 337-362). Québec : Presses de l'Université du Québec.
- Serifovic Sivert, S. et Sinanovic, O. (2008). Body dissatisfaction: is age a factor? *Philosophy, Sociology, Psychology and History*, 7(1), 55 - 61.
- Shroff, H. et Thompson, J. K. (2006). The tripartite influence model of body image and eating disturbance: A replication with adolescent girls. *Body Image*, 3(1), 17-23.
- Skouteris, H. (2011). Body image issues in obstetrics and gynecology. Dans T. F. Cash et L. Smolak (dir.), *Body Image: A Handbook of Science, Practice, and Prevention* (p. 490). New York : Guilford Press.
- Skouteris, H., Carr, R., Wertheim, E. H., Paxton, S. J. et Duncombe, D. (2005). A prospective study of factors that lead to body dissatisfaction during pregnancy. *Body Image*, 2(4), 347-361.
- Slaviero, D. L. (2006). *An exploration of feminist ideology as a protective factor for body image disturbance*. University Carbondale, Illinois.
- Smolak, L., Levine, M. P. et Thompson, J. K. (2001). The use of the sociocultural attitudes towards appearance questionnaire with middle school boys and girls. *Int. J. Eat. Disord.*, 29, 216-223.
- Smolak, L. et Thompson, J. K. (2009). *Body image, eating disorders, and obesity in youth: Assessment, prevention, and treatment* (2nd éd.). Washington : American Psychological Association.
- Snapp, S., Hensley-Choate, L. et Ryu, E. (2012). A Body Image Resilience Model for First-Year College Women. *Sex Roles*, 67(3), 211-221.
- Stice, E. et Shaw, H. E. (2002). Role of body dissatisfaction in the onset and maintenance of eating pathology: a synthesis of research findings. *Journal of Psychosomatic Research*, 53.
- Stronge, S., Greaves, L., Milojev, P., West-Newman, T., Barlow, F. et Sibley, C. (2015). Facebook is Linked to Body Dissatisfaction: Comparing Users and Non-Users. *Sex Roles*, 73(5-6), 200-213.

- Sumter, S. R., Cingel, D. P. et Antonis, D. (2018). "To be able to change, you have to take risks #fitspo": Exploring correlates of fitspirational social media use among young women. *Telematics and Informatics*, 35(5), 1166-1175.
- Sundar, S. S., Oh, J. y., Kang, H. j. et Sreenivasan, A. (2012). How does technology persuade?: theoretical mechanisms for persuasive technologies. Dans J. P. Dillard et L. Shen (dir.), *The SAGE Handbook of Persuasion: Developments in Theory and Practice* (2 éd., p. 388-404). Thousand Oaks, California : SAGE Publications, Inc.
- Thompson, J. K., Coover, M. D. et Stormer, S. M. (1999). Body image, social comparison, and eating disturbance: a covariance structure modeling investigation. *Int J Eat Disord*, 26(1), 43-51.
- Thompson, J. K. et Stice, E. (2001). Thin-Ideal Internalization: Mounting Evidence for a New Risk Factor for Body-Image Disturbance and Eating Pathology. *Current Directions in Psychological Science*, 10(5), 181-183.
- Tiggemann, M. (2011). Sociocultural perspectives on human appearance and body image. Dans T. F. Cash et L. Smolak (dir.), *Body image: A handbook of science, practice and prevention* (p. 12-19). New York : Guilford Press.
- Tiggemann, M. (2012). Sociocultural Perspectives on Body Image. Dans T. F. Cash (dir.), *Encyclopedia of Body Image and Human Appearance* (p. 758-765). Oxford : Academic Press.
- Tiggemann, M. et Zaccardo, M. (2015). "Exercise to be fit, not skinny": The effect of fitspiration imagery on women's body image. *Body Image*, 15, 61-67.
- Tracy, S. J. (2010). Qualitative Quality: Eight "Big-Tent" Criteria for Excellent Qualitative Research. *Qualitative Inquiry*, 16(10), 837-851.
- Turner, J. S. (2014). Negotiating a Media Effects Model: Addendums and Adjustments to Perloff's Framework for Social Media's Impact on Body Image Concerns. *Sex Roles*, 71(11), 393-406.
- van den Berg, P., Mond, J., Eisenberg, M., Ackard, D. et Neumark-Sztainer, D. (2010). The Link Between Body Dissatisfaction and Self-Esteem in Adolescents: Similarities Across Gender, Age, Weight Status, Race/Ethnicity, and Socioeconomic Status. *Journal of Adolescent Health*, 47(3), 290-296.
- van den Berg, P., Thompson, J. K., Obremski-Brandon, K. et Coover, M. (2002). The Tripartite Influence model of body image and eating disturbance: a covariance structure modeling investigation testing the mediational role of appearance comparison. *Journal of Psychosomatic Research*, 53(5), 1007-1020.

- Vaterlaus, J. M., Patten, E. V., Roche, C. et Young, J. A. (2015). #Gettinghealthy: The perceived influence of social media on young adult health behaviors. *Computers in Human Behavior*, 45, 151-157.
- Wasyliw, L. et Williamson, M. E. (2013). Actual Reports and Perceptions of Body Image Concerns of Young Women and Their Friends. *Sex Roles*, 68(3), 239-251.
- Watson, B. E., Broadbent, J., Skouteris, H. et Fuller-Tyszkiewicz, M. (2016). A qualitative exploration of body image experiences of woman progressing through pregnancy. *Women and Birth*, 29(1), 72-79.
- Watson, B. E., Fuller-Tyszkiewicz, M., Broadbent, J. et Skouteris, H. (2015). The meaning of body image experiences during the perinatal period: A systematic review of the qualitative literature. *Body Image*, 14, 102-113.
- Weaver, A. D. et Byers, E. S. (2013). Eye of the Beholder? Sociocultural Factors in the Body Image and Sexual Well-Being of Heterosexual Women. *International Journal of Sexual Health*, 25(2), 128-147.
- Webster, J. et Tiggemann, M. (2003). The Relationship Between Women's Body Satisfaction and Self-Image Across the Life Span: The Role of Cognitive Control. *The Journal of Genetic Psychology*, 164(2), 241-252.
- Williams, B. (2013). *"This is not what motherhood looks like": Mothers' interpretations of cultural representations on the celebrity pregnant and post-partum body*. University of Louisville, Louisville.
- Williams, R. et Ricciardelli, L. (2014). Social Media and Body Image Concerns: Further Considerations and Broader Perspectives. *Sex Roles*, 71(11), 389-392.
- Woertman, L. et van den Brink, F. (2012). Body image and female sexual functioning and behavior: A review. *Journal of Sex Research*, 49(2-3), 184-211.
- Wood-Barcalow, N. L., Tylka, T. L. et Augustus-Horvath, C. L. (2010). "But I Like My Body": Positive body image characteristics and a holistic model for young-adult women. *Body Image*, 7(2), 106-116.
- Zhao, S., Grasmuck, S. et Martin, J. (2008). Identity construction on Facebook: Digital empowerment in anchored relationships. *Computers in Human Behavior*, 24(5), 1816-1836.