

**Faculté des sciences économiques,
sociales, politiques et de communication**

Lien entre la littératie médiatique et le phénomène de dysmorphie corporel chez les pratiquants de sports de résistance

Auteur : De Clerck Cyril
Promoteur(s) : Jacques Jerry
Année académique 2025-2026
Master [60] en information et communication, finalité Education aux
médias

Remerciement

Je tiens tout d'abord à remercier mon promoteur, Jerry Jacques, qui m'a accompagné tout au long de la réalisation de ce mémoire. Toujours présent et disponible pour répondre à mes questions, il a su guider ce travail avec attention. Je souhaite également le remercier pour les cours qu'il m'a dispensés durant mon année de master 60, que j'ai particulièrement appréciés : j'y ai notamment retenu sa posture d'enseignant, à l'écoute, curieux et avec une réelle volonté de faire participer les étudiants.

Je remercie également mes parents, qui m'ont permis d'entreprendre un nouveau master en communication à la suite de mon master en psychologie, et qui m'ont soutenu tout au long de mes études ainsi que dans mes différents projets.

Enfin, je souhaite remercier Matthieu America pour sa disponibilité et ses conseils précieux concernant la structure donner à ce mémoire.

Plagiat

« Je déclare sur l'honneur que ce mémoire a été écrit de ma plume, sans avoir sollicité d'aide extérieure illicite, qu'il n'est pas la reprise d'un travail présenté dans une autre institution pour évaluation, et qu'il n'a jamais été publié, en tout ou en partie. Toutes les informations (idées, phrases, graphes, cartes, tableaux, etc.) empruntées ou faisant référence à des sources primaires ou secondaires sont référencées adéquatement selon la méthode universitaire en vigueur. Je déclare avoir pris connaissance et adhérer au Code de déontologie pour les étudiants en matière d'emprunts, de citations et d'exploitation de sources diverses et savoir que le plagiat constitue une faute grave sanctionnée par l'Université catholique de Louvain »

Table des matières

1. Introduction	7
1. Chapitre 1 : La Dysmorphie Corporelle	8
1.1. Le Trouble Dysmorphique Corporel	8
1.2. La Dysmorphie musculaire : un sous-type de dysmorphie dans le contexte des sports de résistance	9
1.3. Prévalence et facteurs de risques chez les pratiquants de sports de résistance	10
2. Chapitre 2 : L'écosystème médiatique des sports de résistance	11
2.1. Les sports de résistance comme contexte à risques	11
2.1.1. Définition et caractéristiques des sports de résistance	11
2.1.2. La dimension esthétique de ces pratiques	12
2.2. Le paysage médiatique des contenus fitness	13
2.2.1. Le paysage médiatique des sports de résistance	13
2.2.2. Les contenus <i>Fitspiration</i>	14
2.3. Les mécanismes de vulnérabilité face à ces contenus	15
2.3.1. La comparaison sociale comme mécanisme de vulnérabilité centrale	15
2.3.2. Pratiques problématiques des influenceurs	15
2.3.3. La relation parasociale	17
2.3.4. Amplification algorithmique	18
2.4. Synthèse : la littératie médiatique comme piste de réponse	20
3. Chapitre 3 : La littératie médiatique, cadre d'analyse retenu	20
3.1. Définition de la littératie médiatique	20
3.2. Distinction avec les autres littératies	21
3.3. Littératie médiatique et trouble dysmorphique corporel	21
3.4. Le modèle de Buckingham	22

3.5. Le modèle de l'agir compétent de Bihl.....	23
3.6. Analyse de contenu : le cas <i>Liver King</i>	25
3.6.1. Pourquoi <i>Liver King</i> et qui est-il ?	25
3.6.2. Application du modèle de Buckingham	25
3.6.3. Application du modèle de l'agir compétent de Bihl.....	29
4. Conclusion.....	31
5. Limites.....	33
6. Perspectives.....	34
Bibliographie.....	36
Annexes	44

1. Introduction

Depuis une dizaine d'années, les réseaux sociaux ont profondément transformé le rapport que les individus ont avec leurs propres corps. Les plateformes comme Instagram, YouTube ou TikTok occupent désormais une place centrale dans la diffusion d'informations liées à la santé, au point de devenir pour de nombreux jeunes adultes leur principale source d'information et d'inspiration (Lim et al., 2022). Ce culte du corps, déjà présent dans les médias traditionnels, peut se diffuser plus largement sur les réseaux sociaux, notamment en raison de la viralité des contenus, de l'absence d'intermédiaires éditoriaux et de l'exposition répétée à ces mêmes contenus.

Ce mémoire s'inscrit dans le prolongement direct d'un travail réalisé lors de mon master en psychologie sociale qui portait sur l'étude des processus psychologiques de perfectionnisme et de dysmorphophobie en jeu dans la pratique excessive des sports de résistance. Ce mémoire avait permis de mettre en évidence le rôle que peuvent jouer certains traits de personnalité, dans le développement du trouble dysmorphique corporel chez les pratiquants de sports de résistance, tout en soulignant l'influence potentielle de l'exposition aux réseaux sociaux sur ce phénomène. Le travail actuel a pour objectif d'investiguer cette réflexion en déplaçant le point de vue. En effet, plutôt que d'examiner les processus psychologiques individuels à l'origine de la dysmorphie, ce mémoire a pour but d'explorer le rôle des mécanismes médiatiques dans le développement de ce phénomène, et surtout à se questionner sur les moyens susceptibles d'en limiter les effets.

La population visée par ce mémoire est celle des pratiquants de sports de résistance, une population présentant une prévalence de dysmorphie musculaire (sous-type de dysmorphie corporelle) significativement supérieure à celle observée dans la population générale (Cooper et al., 2020 ; Devrim et al., 2018). Cette vulnérabilité et leur forte exposition aux contenus fitness en font une population pertinente pour étudier le rôle des réseaux sociaux dans le développement ou le maintien des préoccupations corporelles.

Face à ce constat, comment les pratiquants concernés peuvent-ils développer un regard plus critique sur ces contenus ? Pour cela, ce mémoire mobilise la notion de littératie médiatique, envisagée comme un outil concret pour déconstruire les pratiques des influenceurs fitness, et ainsi en limiter l'impact sur l'image corporelle des pratiquants. La littératie médiatique constitue le fil rouge de ce mémoire, mobilisée pour interroger dans quelle mesure elle peut jouer ce rôle protecteur. La question de recherche de ce travail est donc : *Dans quelle mesure*

la littératie médiatique constitue-t-elle un facteur protecteur face au développement de la dysmorphie corporelle/ musculaire chez les pratiquants de sports de résistance ?

Pour répondre à cette question, ce mémoire s'articule en trois chapitres. Le premier définit la dysmorphie musculaire comme un sous-type de TDC, et en présente les principaux facteurs de risque au sein de la population des pratiquants de sports de résistance. Le deuxième a pour objectif de situer ce phénomène dans son écosystème médiatique, en analysant le monde des contenus fitness, les mécanismes de comparaison sociale qu'ils favorisent, les pratiques problématiques des influenceurs ainsi que le rôle de la relation parasociale et de l'amplification algorithmique. Enfin, le troisième chapitre mobilise deux modèles de littératie médiatique distincts (les quatre concepts-clés de Buckingham et le modèle de l'agir compétent de Bihl) afin d'analyser à travers un cas concret, les conditions dans lesquelles la littératie médiatique parvient ou non à jouer ce rôle protecteur.

1. Chapitre 1 : La Dysmorphie Corporelle

1.1. Le Trouble Dysmorphique Corporel

Le trouble dysmorphique corporel (TDC), appelé auparavant dysmorphophobie, est défini par le Manuel diagnostique et statistique des troubles mentaux (DSM-5) comme une préoccupation intense et persistante portant sur un ou plusieurs « défauts » de l'apparence (American Psychiatric Association, 2013). Ces « défauts » sont souvent imperceptibles pour autrui ou, s'ils existent objectivement, ils sont jugés minimes en comparaison à l'ampleur de la préoccupation qu'ils génèrent. Afin de satisfaire aux critères diagnostiques établis par le DSM-V, la préoccupation doit engendrer une détresse cliniquement significative ou une altération du fonctionnement social, professionnel ou dans d'autres sphères importantes de la vie (Veale, 2004). Le TDC touche environ 2 % de la population adulte, mais demeure largement sous-diagnostiqué faute d'un manque de sensibilisation des professionnels de santé et d'un accès limité aux prises en charge spécialisées (Rück et al., 2024). Le trouble apparaît le plus souvent à l'adolescence, période caractérisée par une vulnérabilité accrue au regard des pairs (Perkins, 2018).

Du point de vue des origines du phénomène, le modèle biopsychosocial souligne le rôle déterminant des facteurs environnementaux dans l'émergence du TDC : événements de vie, systèmes de croyances et pressions socioculturelles issues notamment de la culture populaire et des médias (Neziroglu & Barile, 2017). Cette dernière dimension environnementale est particulièrement saillante dans le contexte actuel où l'exposition répétée à des idéaux

corporels inatteignables, amplifiée par les réseaux sociaux, est susceptible de favoriser l'insatisfaction corporelle et d'alimenter les préoccupations dysmorphiques (Laughter et al., 2023 ; Ryding & Kuss, 2019). C'est précisément ce vecteur médiatique que ce mémoire se propose d'examiner à travers le prisme de la littérature médiatique.

1.2. La dysmorphie musculaire : Un sous-type de dysmorphie dans le contexte des sports de résistance

Si le TDC constitue le cadre diagnostique général, un de ses sous-types spécifique attire particulièrement l'attention dans le contexte des sports de résistance, la dysmorphie musculaire (DM). D'abord décrite par Pope et al. (1997) sous le terme d'anorexie inversée, la DM est caractérisée par une conviction erronée et persistante d'insuffisance musculaire, en dépit d'une masse musculaire objectivement développée. Là où l'anorexie mentale est orientée vers la recherche de minceur, la DM se distingue par une quête compulsive d'hypertrophie musculaire. Selon la nomenclature actuelle, le DSM-5-TR (APA, 2022) reconnaît la DM comme un spécificateur du TDC, désigné « avec préoccupations musculaires ». Cela signifie que la DM répond à l'ensemble des critères diagnostiques du TDC, mais que les préoccupations se concentrent exclusivement sur la musculature.

Le choix de centrer davantage ce mémoire sur la DM plutôt que sur le TDC dans son acceptation générale répond à la réalité de la population étudiée. Les sports de résistance (ex : musculation, powerlifting, callisthénie, ...) sont des disciplines fondées sur une progression structurée de la force et de l'endurance musculaire, poursuivies dans un objectif à la fois fonctionnel et esthétique (Stricker et al., 2020). Dans ce contexte, c'est la préoccupation pour l'insuffisance musculaire, et non une préoccupation dysmorphique générale (au sens du TDC) qui domine dans la littérature scientifique portant sur cette population. Ainsi, mobiliser la DM comme sous-type principal semble être le choix le plus pertinent au regard des dynamiques propres à ce milieu.

Du point de vue des manifestations comportementales, la DM se traduit par un ensemble de conduites visant à accroître et contrôler l'apparence musculaire. Ceci passe par des séances d'entraînement intensives, des régimes hyper-protéinés, la consommation de suppléments alimentaires, voire un recours à des stéroïdes anabolisants dans les cas les plus graves (Grieve, 2006). Ces comportements sont alimentés par une insatisfaction corporelle liée à une distorsion perceptive, renforcée par une attention excessive portée aux défauts perçus, des vérifications répétées de l'apparence et une comparaison sociale constante (Olivardia, 2001).

Enfin, la DM est en outre associée à une détresse psychologique significative comprenant une altération de la qualité de vie, une prévalence accrue des troubles liés à l'usage de substances et un risque suicidaire plus élevé (Pope et al., 2005).

Dans la perspective de ce mémoire, un élément semble particulièrement pertinent à approfondir. En effet, des études récentes, menées par Giordano et al. (2025), mettent en évidence une association entre l'utilisation problématique des réseaux sociaux et les symptômes de dysmorphie musculaire, en particulier chez les jeunes présentant une faible estime de soi ou disposant d'un soutien social limité. Cette observation suggère que l'effet des réseaux sociaux sur la dysmorphie musculaire ne s'exerce pas de manière uniforme, mais qu'il est modulé par des facteurs individuels et relationnels. Ce constat invite à ne pas considérer l'exposition aux contenus fitness comme un facteur de risque isolé, mais bien en interaction avec les ressources internes et externes dont dispose chaque pratiquant.

1.3. Prévalence et facteurs de risques chez les pratiquants de sports de résistance

La prévalence de la DM dans les populations pratiquant des sports de résistance varie considérablement selon les outils de mesure et les échantillons considérés. Une revue systématique et méta-analyse de Cooper et al. (2020) situe cette prévalence entre 1% et 17%, avec une moyenne d'environ 10% chez les pratiquants réguliers de musculation. Des taux nettement plus élevés ont toutefois été observés, pouvant notamment atteindre 58,3 % chez les culturistes (Devrim et al., 2018).

Concernant les facteurs de risque, comme énoncé plus tôt, la littérature adopte une perspective biopsychosociale du trouble dysmorphique corporel. Dans ce mémoire nous allons nous concentrer sur sa dimension sociale et environnementale, plus pertinente au regard des sciences de la communication. À cet égard, il est important de retenir que des facteurs environnementaux, notamment les pressions socioculturelles et l'exposition aux contenus diffusés sur les réseaux sociaux, jouent un rôle important dans l'émergence et le maintien des préoccupations dysmorphiques (Laughter et al., 2023 ; Neziroglu & Barile, 2017 ; Ryding & Kuss, 2019). Cette exposition se traduit notamment par une confrontation répétée à des contenus de type *fitspiration* ou à des influenceurs « hyper-musclés », qui renforce la pression à se conformer à un idéal corporel souvent inatteignable et accroît le risque de développer des préoccupations dysmorphiques ou des comportements d'addiction à l'exercice (Fueth et al., 2025 ; Czubaj et al., 2025 ; Suhag & Rauniyar, 2024). Ganson et al. (2025) montrent

également que, dans le cas de la dysmorphie musculaire, une exposition plus fréquente aux contenus centrés sur la musculature est associée à un risque accru, indépendamment du temps total passé sur les réseaux sociaux. La pression socioculturelle ne s'exerce toutefois pas de manière uniforme selon le genre : les hommes apparaissent comme la population la plus touchée par la dysmorphie musculaire, avec des niveaux de symptômes généralement plus élevés (Lechner et al., 2019). Cela s'explique en partie par le fait que les idéaux véhiculés par les médias de masse et les réseaux sociaux valorisent de façon disproportionnée la musculature et la force physique comme attributs centraux de l'identité masculine.

2. Chapitre 2 : L'écosystème médiatique des sports de résistance

2.1. Les sports de résistance comme contexte à risques

Notre premier chapitre a permis d'établir ce qu'est la DM et pourquoi elle est le sous-type de TDC le plus pertinent dans le cadre de ce mémoire, il faut néanmoins comprendre pourquoi celle-ci se développe particulièrement chez les pratiquants de sports de résistance. En effet, les sports de résistance ne sont pas un environnement neutre de pratique sportive, ceux-ci forment un environnement avec des caractéristiques spécifiques, mélangeant des objectifs physiologiques, esthétiques et une culture médiatique importante que nous allons développer ci-dessous.

2.1.1. Définition et caractéristiques des sports de résistance

Les sports de résistance regroupent un ensemble de disciplines dont l'objectif principal est de développer la musculature, la force, l'endurance et la puissance musculaire. Ils ont en commun l'utilisation d'une résistance, qu'il s'agisse de charges externes (haltères, barres ou machines de musculation) ou du poids du corps, dans le cadre d'une progression structurée de l'intensité des efforts (Stricker et al., 2020). Parmi les disciplines les plus représentatives, on peut notamment citer la musculation, le crossfit, le powerlifting, etc. Ces pratiques bien que différentes en termes de règles, de matériel et/ ou d'objectifs, présentent un point commun, la surcharge progressive. Celle-ci est définie par Kraemer et al. (2002) comme une augmentation progressive des contraintes physiques auxquelles l'organisme est soumis lors de l'entraînement en résistance.

Un concept clé dans la compréhension de ces disciplines est celui de l'échec musculaire momentané (*momentary muscular failure*), défini comme l'incapacité à effectuer une

répétition supplémentaire avec une technique correcte (Steele et al., 2017). Ce principe reflète une logique de dépassement de soi et de progression continue. Bien que celle-ci constitue une source de motivation importante, elle peut également rendre plus difficile la distinction entre un engagement sain et une pratique compulsive.

2.1.2. La dimension esthétique de ces pratiques

Si les sports de résistance peuvent trouver leur origine dans des objectifs de performance, ils ont également progressivement intégré une dimension esthétique qui occupe une place centrale dans les motivations de nombreux pratiquants (Hallsworth et al., 2005). Cette évolution témoigne d'une transformation profonde du rapport au corps dans les sociétés contemporaines. De plus, cette dimension esthétique est elle-même façonnée par les représentations corporelles diffusées sur les réseaux sociaux, qui participent à la construction des idéaux physiques valorisés par les pratiquants (Franchina & Lo Coco, 2018).

Il suffit d'observer l'évolution des représentations culturelles du corps athlétique au cours des deux dernières décennies pour mesurer l'ampleur de ce changement (voir Annexes ; Fig. 1 et 2). Les standards de beauté associés au corps musclé se sont progressivement hypertrophiés. Ces silhouettes peuvent parfois s'éloigner des standards corporels naturellement accessibles, notamment lorsque leur obtention repose sur des pratiques telles que le recours à des substances dopantes ou d'autres procédés de manipulation de l'image. En effet, plusieurs travaux montrent que les images publiées par les influenceurs ne reflètent pas nécessairement leur apparence réelle : elles peuvent être modifiées par des filtres, des ajustements de lumière, des poses spécifiques ou des retouches numériques, et présenter des silhouettes extrêmes ou irréalistes (Curtis et al., 2023). Ces différents procédés peuvent ainsi contribuer à présenter des physiques particulièrement athlétiques ou musclés comme des références à atteindre.

Dans ce contexte, les sports de résistance offrent un cadre particulièrement adapté à la quête du corps idéal. À la différence de disciplines principalement orientées vers la performance athlétique, certains sports de résistance, notamment la musculation et le bodybuilding, accordent une place importante au développement et à la transformation de l'apparence physique. La recherche d'une musculature plus développée constitue notamment une motivation importante chez certains pratiquants de musculation, chez lesquels la perception du physique idéal est étroitement liée à la volonté d'accroître leur musculature (Thomas et al., 2014). De plus, les transformations corporelles recherchées dans ces pratiques sont à la fois

visibles et mesurables, notamment à travers l'évolution de la masse musculaire et de la composition corporelle (Benito et al., 2020).

Cette orientation esthétique n'est pas problématique en elle-même. En revanche, elle peut devenir un facteur de risque lorsqu'elle est renforcée par des représentations médiatiques particulièrement normatives et abondantes. En effet, les pratiquants de sports de résistance sont régulièrement exposés à des idéaux corporels centrés sur la musculature, notamment à travers les communautés en ligne, les magazines spécialisés, et de plus en plus, les contenus diffusés par des influenceurs sur les réseaux sociaux (Fueth et al., 2025 ; Ryding & Kuss, 2019). Cette exposition répétée peut contribuer à normaliser des standards musculaires particulièrement élevés et difficilement atteignables.

Dans ce contexte, l'absence de compétences permettant d'évaluer de manière critique la nature et la fiabilité de ces contenus peut rendre plus difficile la prise de distance vis-à-vis des standards véhiculés.

2.2 Le paysage médiatique des contenus fitness

2.2.1 Le paysage médiatique des sports de résistance :

Après avoir situé les sports de résistance comme un contexte particulièrement propice à la préoccupation corporelle, il convient à présent d'examiner plus précisément l'environnement médiatique dans lequel évoluent ces pratiquants, et la nature des contenus auxquels ils sont exposés.

L'essor des plateformes numériques a profondément changé la manière dont l'information faisant référence au sport circule et est consommée. En effet, Instagram, YouTube et TikTok pour ne citer qu'eux, sont devenus les plateformes principales d'information sur le fitness. Ces plateformes rassemblent des communautés de pratiquants de plusieurs millions d'abonnés autour de contenus centrés sur la musculation et l'entraînement. Easton et al. (2018) soulignent notamment l'essor spectaculaire des publications associées à l'hashtag #Fitspiration : leur nombre est passé de 1,8 million de publications en janvier 2014 à 14,3 millions en février 2018, témoignant d'une croissance massive de ce type de contenu. Au-delà de cette croissance quantitative, les réseaux sociaux ont également modifié les conditions de production et de diffusion de l'information sportive. En effet, autrefois, l'information sportive était principalement produite par des acteurs institutionnels (professionnels de santé, journalistes spécialisés ou autres médiateurs) soumis à des normes déontologiques.

Aujourd'hui, n'importe quel individu peut générer une audience massive et diffuser des recommandations d'entraînement ou de nutrition sans nécessairement disposer d'une formation ou d'une certification dans ces domaines. Cette évolution déplace une partie de la responsabilité vers les utilisateurs, désormais davantage amenés à évaluer eux-mêmes la fiabilité des contenus auxquels ils sont exposés.

2.2.2. Les contenus *Fitspiration*

Comme on l'a vu plus tôt, parmi les types de contenus qui existent dans l'univers du fitness en ligne, le *fitspiration* (une contraction de *fitness* et *inspiration*) occupe une place centrale. Le *fitspiration* désigne un ensemble de contenus se présentant comme motivationnels, centrés sur l'exercice physique, la discipline et l'adoption d'un mode de vie "sain". Ce type de contenu met majoritairement en scène des corps minces et musclés (Talbot et al., 2017).

L'analyse de contenu menée par Carrotte et al. (2017) permet de préciser ces caractéristiques en montrant que les publications *fitspiration* diffusées sur les réseaux sociaux reposent largement sur des représentations corporelles idéalisées et genrées. Les auteurs observent que les femmes y sont généralement représentées comme minces mais toniques, tandis que les hommes apparaissent musclés voire hyper-musclés. Les contenus mettent fréquemment en avant des images centrées sur l'apparence, avec des images du corps entier, un accent sur les abdominaux ou les fessiers, et des poses sexualisées, plutôt que sur la fonctionnalité du corps ou les bénéfices intrinsèques de l'activité physique. Cette dimension est particulièrement marquée pour les sujets féminins, dont le corps est davantage fragmenté et sexualisé. Ainsi, bien que la *fitspiration* se présente comme un contenu motivationnel, elle véhicule des normes corporelles rigides et des standards esthétiques difficiles à atteindre, pouvant contribuer à renforcer la pression sociale autour de l'apparence et de la performance physique.

Également, plusieurs études montrent que l'exposition répétée à ces contenus est associée à une augmentation de l'insatisfaction corporelle et à une diminution de l'estime de soi liée à l'apparence (Pasko & Arigo, 2021 ; Tiggemann & Zaccardo, 2015). Toutefois, ces effets semblent moins s'expliquer par les contenus eux-mêmes que par les processus psychologiques qu'ils activent, en particulier la comparaison sociale.

2.3. Les mécanismes de vulnérabilité face à ces contenus

2.3.1. La comparaison sociale comme mécanisme de vulnérabilité centrale

Pour comprendre pourquoi l'exposition à ces contenus produit des effets aussi délétères sur l'image corporelle, il est donc important d'approfondir le phénomène évoqué précédemment, celui de la comparaison sociale. Proposée en 1954 par Léon Festinger, la théorie de la comparaison sociale postule que les individus évaluent leurs propres opinions, capacités et caractéristiques en se comparant à autrui. Vogel et al. (2014) montrent que les réseaux sociaux constituent un environnement particulièrement propice à ces comparaisons, en raison de la présentation sélective et idéalisée des profils. Les utilisateurs y sont davantage exposés à des comparaisons sociales ascendantes qu'à des comparaisons descendantes, c'est-à-dire à des comparaisons avec des personnes perçues comme supérieures sur des dimensions valorisées. Les travaux de Verduyn et al. (2020) confirment ces observations et soulignent que ces comparaisons ascendantes s'accompagnent d'une diminution de l'estime de soi et du bien-être subjectif, d'une augmentation de l'envie, d'une humeur plus négative ainsi que d'un risque accru de symptômes dépressifs. Les auteurs mettent également en évidence un mécanisme circulaire : le mal-être suscité par ces comparaisons peut conduire les individus à utiliser davantage les réseaux sociaux, les exposant ainsi à de nouvelles comparaisons ascendantes qui renforcent encore ces effets négatifs. Dans cette perspective, Vogel et al. (2014) montrent que la comparaison sociale ascendante constitue le principal mécanisme expliquant la relation entre l'utilisation des réseaux sociaux et la diminution du bien-être psychologique.

Dans le prolongement de ces travaux, Tiggemann et Zaccardo (2015) démontrent que la comparaison sociale joue également un rôle central dans les effets des contenus liés à l'apparence, et en particulier de la *fitspiration*. Leur étude montre que l'exposition à des images de corps minces, toniques et idéalisés conduit quasi systématiquement à des comparaisons ascendantes, lesquelles sont à l'origine des effets négatifs observés sur l'image corporelle. Autrement dit, ce n'est pas seulement la nature des contenus qui est problématique, mais bien le processus de comparaison qu'ils activent, amenant les individus à se percevoir comme inférieurs aux standards présentés.

2.3.2. Pratiques problématiques des influenceurs

Au-delà des effets de la comparaison sociale, la nature même des contenus produits par les influenceurs fitness mérite d'être examinée. Une lecture attentive de ces publications révèle plusieurs caractéristiques qui en font un environnement informationnel particulièrement

problématique pour les pratiquants de sports de résistance. Si ces contenus se présentent souvent comme des sources de motivation ou de conseils, ils mêlent fréquemment représentations corporelles idéalisées, objectifs commerciaux et informations dont la fiabilité est parfois discutable.

Les publications *fitspiration* ne se limitent ainsi pas à véhiculer des représentations corporelles idéalisées. L'étude de Carrotte et al. (2017) relève également la présence d'images potentiellement retouchées, de modèles professionnels dont le physique ne reflète pas nécessairement les résultats d'une pratique sportive ordinaire, ainsi que de contenus liés à la commercialisation de suppléments protéinés, de régimes spécifiques ou de programmes de transformation corporelle. Bien que ces éléments n'aient pas été inclus dans leurs analyses statistiques principales, les auteurs soulignent qu'ils participent à la diffusion de normes esthétiques difficilement atteignables et de représentations parfois trompeuses de la santé et de la condition physique.

À ces représentations s'ajoutent des pratiques de communication susceptibles d'induire les utilisateurs en erreur. Huang et al. (2026) montrent notamment que les influenceurs fitness présentent fréquemment des recommandations nutritionnelles, des routines d'entraînement ou des produits de santé comme de simples expériences personnelles, alors qu'il s'agit en réalité de contenus sponsorisés ou de collaborations commerciales. En brouillant la frontière entre témoignage authentique et publicité, ces stratégies peuvent renforcer la crédibilité perçue du message et réduire la capacité des utilisateurs à en questionner le contenu. Les auteurs soulignent également que les bénéfices attendus des produits ou des méthodes promus sont souvent exagérés, tandis que leurs limites, leurs risques potentiels ou l'absence de preuves scientifiques sont rarement évoqués. Le recours à un vocabulaire pseudo-scientifique ou médical contribue par ailleurs à conférer une apparence de légitimité à des contenus dont la validité demeure parfois limitée.

Cette difficulté concerne également la diffusion de conseils nutritionnels sur les réseaux sociaux. Un éditorial publié dans *Nature Metabolism* (« *Nutritional Advice on Social Media: Clicks Over Credibility* », 2025) souligne que ces plateformes sont devenues un espace privilégié de diffusion de conseils nutritionnels non fondés scientifiquement. Les auteurs dénoncent notamment la promotion de régimes extrêmes, de cures détox, de compléments alimentaires aux bénéfices incertains et de promesses irréalistes de transformation corporelle, souvent relayées par des influenceurs dépourvus de formation scientifique. Selon eux, cette recherche de visibilité privilégie la viralité au détriment de la crédibilité et contribue à une

prolifération de contenus nutritionnels peu fiables, susceptible d'accroître la pression liée à l'apparence corporelle, d'encourager des comportements potentiellement dangereux et de fragiliser la confiance envers les recommandations fondées sur des preuves.

Enfin, la transparence des partenariats commerciaux constitue une difficulté supplémentaire. Dans une étude portant sur plus de 500 000 vidéos YouTube, Mathur et al. (2018) montrent qu'environ 10 % seulement des contenus affiliés comportent une divulgation explicite de leur nature publicitaire. Les auteurs constatent également que les utilisateurs identifient moins facilement le caractère commercial des contenus lorsque les mentions de partenariat sont absentes, ambiguës ou difficiles à comprendre. Ces résultats soulignent la difficulté, pour les utilisateurs, de distinguer une recommandation personnelle d'un contenu à visée commerciale. Bien que l'étude de Mathur et al. (2018) ne porte pas spécifiquement sur les contenus fitness, cette problématique reste pertinente dans ce domaine, où les influenceurs peuvent présenter des recommandations sur l'entraînement, la nutrition ou les compléments alimentaires sans que leur caractère commercial soit toujours clairement identifiable.

Pris dans leur ensemble, ces travaux montrent que les risques associés aux contenus des influenceurs fitness ne résident pas uniquement dans les idéaux corporels qu'ils véhiculent, mais également dans la manière dont l'information est présentée. La combinaison de représentations corporelles idéalisées, d'expériences personnelles, de stratégies marketing, d'arguments pseudo-scientifiques, de désinformation nutritionnelle et de faible transparence publicitaire crée un environnement informationnel particulièrement difficile à décoder pour les pratiquants de sports de résistance.

2.3.3. La relation parasociale

Avant de poursuivre, il semble important d'aborder un concept particulièrement pertinent dans le cadre de ce mémoire : celui de la relation parasociale. Initialement théorisée par Horton et Wohl (1956), la relation parasociale désigne le lien unilatéral qu'un individu développe avec une figure médiatique, telle qu'une célébrité ou un influenceur, sans que cette relation soit réciproque. Hoffner et Bond (2022) la définissent comme une connexion socioémotionnelle qui, bien qu'illusoire, peut revêtir une importance comparable à celle de certaines relations sociales réelles.

Les réseaux sociaux constituent un environnement éminemment propice au développement des relations parasociales. Grâce aux nombreuses possibilités d'interaction qu'ils offrent (réponses aux commentaires, partage d'éléments de la vie privée, diffusions en direct, etc.), ils

renforcent l'impression de proximité et d'intimité entre les influenceurs et leurs abonnés, brouillant ainsi la frontière entre relation sociale et relation parasociale (Haddad, 2025 ; Hoffner & Bond, 2022). Cette proximité ne se limite toutefois pas à une dimension affective : elle influence également la manière dont les individus interprètent les messages auxquels ils sont exposés. En effet, Chung et Cho (2017) montrent que les relations parasociales renforcent la confiance accordée aux influenceurs et réduisent le scepticisme à l'égard de leurs recommandations, même lorsqu'elles s'inscrivent dans un contexte commercial. Les contenus sont alors davantage perçus comme des conseils personnels que comme des messages publicitaires, ce qui renforce leur pouvoir persuasif et leur influence sur les comportements des consommateurs (Chung & Cho, 2017 ; Haddad, 2025).

Dans le contexte spécifique du fitness, ces mécanismes revêtent une importance particulière. Les influenceurs fitness sont souvent perçus comme accessibles, authentiques et semblables à leurs abonnés, ce qui favorise le développement de relations parasociales particulièrement fortes (Haddad, 2025). Or, cette proximité facilite également l'internalisation des normes corporelles qu'ils véhiculent. Peedikayil (2025) montre que les adolescents ayant développé une relation parasociale avec des influenceurs ont davantage tendance à les considérer comme des amis ou des modèles, renforçant ainsi la confiance accordée à leurs messages. Cette proximité favorise l'internalisation des idéaux corporels promus, intensifie les comparaisons sociales ascendantes et contribue à une diminution de l'estime de soi. Chez certains individus, ces mécanismes s'accompagnent de comportements tels que le *mirror checking* (vérification compulsive dans le miroir), l'exercice physique compulsif ou une préoccupation excessive envers l'apparence, autant de facteurs de vulnérabilité associés au développement du trouble dysmorphique corporel.

Ainsi, les relations parasociales apparaissent comme un mécanisme susceptible d'amplifier l'influence exercée par les créateurs de contenu sur les réseaux sociaux. En renforçant simultanément la confiance accordée aux influenceurs et l'adhésion aux normes corporelles qu'ils diffusent, elles contribuent à accroître l'impact psychologique et comportemental des contenus liés au fitness. Dans cette perspective, elles constituent un élément important à prendre en compte pour comprendre comment les réseaux sociaux peuvent influencer les perceptions corporelles et les comportements des pratiquants de sports de résistance.

2.3.4. Amplification algorithmique

L'amplification algorithmique constitue aujourd'hui un élément central dans la diffusion des contenus sur les réseaux sociaux. Contrairement à une idée largement répandue, les systèmes de recommandation ne sélectionnent pas les contenus en fonction de leur qualité ou de leur fiabilité, mais principalement selon leur capacité à générer de l'engagement. À ce titre, Corsi (2024) montre que l'algorithme de Twitter tend à accorder une visibilité disproportionnée aux contenus provenant de sources peu crédibles lorsqu'ils suscitent de fortes réactions ou sont publiés par des comptes très populaires. Bien que cette étude porte sur des sujets tels que la COVID-19 ou le changement climatique, elle met en évidence un principe plus général : les algorithmes privilégient les contenus les plus engageants plutôt que les plus exacts, un mécanisme qui s'accompagne de boucles de rétroaction tendant à renforcer progressivement les préférences initiales des utilisateurs (Cinelli et al., 2020).

Cette logique apparaît particulièrement préoccupante dans le domaine de l'apparence corporelle. Harriger et al. (2022) montrent que les plateformes visuelles telles qu'Instagram, TikTok ou Snapchat favorisent progressivement l'exposition à des contenus de plus en plus extrêmes, un phénomène souvent désigné sous le terme de *rabbit hole*. Les utilisateurs sont ainsi régulièrement confrontés à des images idéalisées, à des photographies retouchées et à des normes corporelles difficilement atteignables, sans toujours être en mesure d'identifier les manipulations numériques dont elles font l'objet. Cette exposition répétée favorise les comparaisons sociales et l'évaluation constante de son apparence, deux mécanismes largement associés aux préoccupations liées à l'image corporelle (Gupta et al., 2023), et qui, dans le contexte de la dysmorphie musculaire, contribuent au maintien des préoccupations centrées sur la musculature (Martenstyn et al., 2022). Cette répétition peut être mise en perspective avec la théorie de la cultivation (Gerbner & Gross, 1976), selon laquelle une exposition régulière à certaines représentations médiatiques contribue à les percevoir comme plus normales ou représentatives de la réalité ; appliquée aux contenus fitness, cette perspective éclaire la manière dont la répétition de standards physiques extrêmes favorise leur normalisation et leur internalisation (Tylka et al., 2023).

Ces observations trouvent un écho particulier chez les pratiquants de sports de résistance. Curry et al. (2026) montrent que l'algorithme de TikTok tend à exposer davantage les jeunes hommes à des contenus mettant en scène des physiques extrêmement musclés, ainsi qu'à des comportements potentiellement dangereux tels que le surentraînement, les régimes très restrictifs ou le recours à des substances améliorant la performance, les vidéos jugées les plus

nocives par des experts étant, selon les auteurs, également celles qui génèrent le plus d'engagement.

Ces travaux suggèrent que les algorithmes ne se contentent pas de diffuser les contenus existants : ils participent activement à leur sélection et à leur amplification, façonnant ainsi l'environnement médiatique auquel les utilisateurs sont exposés.

2.4. Synthèse : la littératie médiatique comme piste de réponse

Pris dans leur ensemble, ces différents mécanismes (comparaison sociale, pratiques problématiques des influenceurs, relation parasociale et amplification algorithmique) ne fonctionnent pas de manière isolée : ils se combinent et se renforcent mutuellement, créant un environnement médiatique particulièrement propice au développement de préoccupations dysmorphiques chez les pratiquants de sports de résistance. Face à cette accumulation de facteurs de vulnérabilité, la littératie médiatique apparaît comme un outil particulièrement pertinent à mobiliser : en permettant de décoder les logiques de production, de représentation et de diffusion à l'œuvre dans ces contenus, elle offre un levier concret pour aider les pratiquants à développer un rapport plus critique à leur environnement médiatique, comme le suggèrent les travaux de McLean et al. (2016) présentés ci-après. C'est cette hypothèse que le chapitre suivant se propose d'examiner, en présentant le cadre théorique de la littératie médiatique mobilisé dans ce mémoire.

3. La littératie médiatique : cadre d'analyse retenu

3.1. Définition de la littératie médiatique

Avant d'aller plus loin, il est nécessaire de circonscrire ce que recouvre le concept de littératie médiatique (LM), tant les définitions proposées dans la littérature sont nombreuses et parfois divergentes. Pour Aufderheide (1993), auteure d'une définition largement reprise dans le champ, la LM désigne « la capacité d'accéder, d'analyser, d'évaluer et de communiquer des messages dans une variété de formes ». Potter (2004, 2010) la définit comme un ensemble de perspectives et de structures de connaissance mobilisées face aux industries médiatiques, aux messages, aux audiences et aux effets qu'elles engendrent. Buckingham (2003) insiste sur sa dimension critique, à travers quatre concepts clés : production, langage, représentation et audience. Hobbs (1998, 2009), enfin, articule protection et autonomisation, la LM reposant selon elle sur une pédagogie de la construction plutôt que sur la seule réception critique.

Cette diversité de définitions reflète la nature interdisciplinaire de la LM (Hobbs & Jensen, 2009). Ce mémoire retiendra la définition d'Aufderheide (1993), pour sa portée opératoire. En effet, elle couvre les compétences mobilisées dans ce travail (accéder, analyser, évaluer, communiquer) sans présupposer de cadre pédagogique particulier. Cette définition servira de base conceptuelle à l'ensemble du mémoire, qui s'appuie notamment, pour son analyse, sur le modèle des quatre concepts-clés de Buckingham (2003), présenté plus loin dans ce chapitre.

3.2. Distinction avec les autres littératies

Il convient également de distinguer brièvement la littératie médiatique de deux notions connexes avec lesquelles elle est parfois confondue : la littératie numérique, centrée sur la maîtrise technique des outils et environnements numériques, et la littératie informationnelle, centrée sur la recherche et l'évaluation de l'information. La littératie médiatique s'en distingue en articulant ces compétences à une lecture critique des logiques de production, de représentation et de réception des messages médiatiques (Gómez-Galán, 2018 ; Koltay, 2011). Cette distinction est importante pour ce mémoire car elle rappelle que la LM ne se réduit pas à un savoir-faire technique, mais suppose une véritable posture critique face aux contenus reçus.

3.3. Littératie médiatique et trouble dysmorphique corporel

Comme énoncé précédemment, la littératie médiatique constitue, à cet égard, un levier pertinent pour comprendre et atténuer les effets des médias sur l'image corporelle. C'est ce que montre la revue systématique de McLean et al. (2016), qui synthétise seize études examinant les liens entre littératie médiatique, internalisation des idéaux corporels et insatisfaction corporelle, en s'appuyant sur des cadres théoriques tels que le *Message Interpretation Process Model* et le *Media Literacy Framework*. L'analyse révèle que certaines composantes de la littératie médiatique, notamment la capacité à reconnaître les techniques de manipulation médiatique, à questionner le réalisme des images et à identifier les intentions commerciales, jouent un rôle protecteur en réduisant l'internalisation des normes corporelles irréalistes. Les interventions de littératie médiatique évaluées dans ces travaux montrent des effets positifs sur le scepticisme face aux contenus médiatiques et sur l'image corporelle. Dans le cadre d'un mémoire portant sur le trouble dysmorphique corporel et la littératie médiatique chez les sportifs de résistance, cette revue apporte ainsi un fondement théorique solide : elle permet de concevoir la littératie médiatique comme une compétence critique capable de modérer l'impact des représentations médiatiques du corps, particulièrement pertinentes dans des disciplines où la pression esthétique et la comparaison sociale sont omniprésentes.

3.4. Le modèle de Buckingham

Face à la diversité des modèles de littératie médiatique disponibles, une sélection raisonnée s'imposait plutôt qu'un inventaire exhaustif. Le cadre de Masterman (1985), bien que fondateur en éducation aux médias, a été directement prolongé par les quatre concepts de Buckingham (2003), retenus ici pour leur ancrage explicite dans le champ de la littératie médiatique ; retenir les deux modèles reviendrait à analyser les mêmes contenus à travers deux grilles largement redondantes. L'approche cognitiviste de Potter (2004) a également été écartée, car elle réduit la littératie médiatique à des compétences individuelles indépendantes du contexte social, alors que des mécanismes identifiés dans les chapitres précédents (pression sociale, comparaison sociale, relation parasociale) sont précisément de nature relationnelle. Enfin, le modèle de littératie médiatique critique de Kellner et Share (2019) recoupe largement les concepts de Buckingham, en y ajoutant une dimension de justice sociale et environnementale peu pertinente au regard du sujet étudié. C'est donc le modèle des quatre concepts-clés de Buckingham (2003, 2007), l'un des cadres les plus utilisés pour définir la littératie médiatique, qui a été retenu comme premier cadre d'analyse de ce mémoire. Il repose sur quatre dimensions qui permettent de comprendre comment les individus interagissent avec les médias.

La première, la représentation, rappelle que les médias ne montrent jamais le monde tel qu'il est : ils sélectionnent, organisent et combinent des éléments pour produire une version particulière de la réalité. Buckingham et al. (2014) insiste sur le fait que cette construction repose sur des choix idéologiques, des stéréotypes et des valeurs implicites, que les publics apprennent progressivement à reconnaître et à questionner.

La deuxième dimension, le langage, renvoie aux codes, aux conventions et aux "grammaires" propres aux différents médias. Buckingham et al. (2014) précise que comprendre un média implique d'identifier ses formes narratives, ses codes visuels, ses effets techniques, mais aussi, dans le cas du numérique, les dispositifs interactifs, les liens hypertextes et les structures de navigation qui orientent l'interprétation.

La troisième dimension, la production, invite à analyser les acteurs qui créent les contenus, leurs intentions, les contraintes institutionnelles ou commerciales qui les influencent, ainsi que les mécanismes de persuasion et de ciblage intégrés aux plateformes. Buckingham et al. (2014) souligne que cette dimension inclut également la compréhension des processus de

régulation, de propriété et des logiques économiques qui façonnent les environnements médiatiques contemporains.

Enfin, la dimension de l'audience met en lumière la manière dont les contenus sont conçus pour des publics spécifiques, et comment ces publics interprètent différemment les messages en fonction de leurs expériences, de leurs pratiques et de leur contexte social. Buckingham et al. (2014) rappelle que les audiences ne sont jamais passives : elles négocient, réinterprètent et réutilisent les contenus selon leurs propres cadres de référence.

Ensemble, ces quatre dimensions offrent un cadre critique solide pour analyser les médias, particulièrement utile aujourd'hui pour comprendre les contenus liés au corps, à la performance et à la santé qui circulent sur les réseaux sociaux. Dans le contexte des sports de résistance, où les normes corporelles sont importantes et où les pratiquants sont exposés à des représentations idéalisées, ce modèle permet de saisir comment la littératie médiatique peut aider à décoder les images, les discours et les logiques de production qui contribuent au développement ou à l'entretien du trouble dysmorphique corporel.

3.5. Le modèle de l'agir compétent de Bihl

Si le modèle de Buckingham permet de décortiquer les mécanismes de production, de langage, de représentation et de réception à l'œuvre dans un contenu médiatique, et rappelle à ce titre que la réception d'un message varie selon les publics, il ne propose pas de cadre permettant d'expliquer pourquoi, concrètement, deux individus disposant des mêmes compétences d'analyse peuvent réagir différemment à un même contenu. Giordano et al. (2025), déjà évoqués au premier chapitre, montrent en effet que l'effet des réseaux sociaux sur la dysmorphie musculaire ne s'exerce pas de manière uniforme, mais qu'il est modulé par des facteurs individuels et relationnels propres à chaque pratiquant. C'est pour expliquer cette variabilité, plutôt que simplement la constater, que ce mémoire mobilise un second modèle théorique.

Proposé par Bihl (2024) et inspiré du triptyque de Le Boterf (2017), le modèle de l'agir compétent conçoit l'activité humaine comme un processus dynamique d'engagement situé, dans lequel l'individu ne se contente pas d'appliquer mécaniquement des compétences préexistantes, mais mobilise et articule un ensemble de ressources internes (connaissances, compétences, expériences, émotions) et externes (environnement matériel, interactions sociales, contraintes contextuelles) afin d'agir de manière adaptée à une situation donnée.

Cette approche dépasse ainsi les seules compétences d'analyse mises en évidence par le modèle de Buckingham, en montrant que la capacité à porter un regard critique sur un contenu dépend non seulement des connaissances de l'individu, mais également de sa motivation à les mobiliser et des conditions qui rendent cette mobilisation possible.

Pour rendre compte de cette dynamique, Bihl (2024) distingue trois dimensions complémentaires : le savoir-agir, qui renvoie aux connaissances et aux compétences mobilisables ; le vouloir-agir, qui concerne la motivation, les émotions et la valeur accordée à l'action ; et le pouvoir-agir, qui désigne les conditions sociales, relationnelles ou matérielles susceptibles de faciliter ou, au contraire, de limiter cette action. Le modèle souligne également que l'engagement dans une activité médiatique peut varier d'un traitement réflexif et critique à une réception plus automatique ou davantage guidée par des facteurs émotionnels. En somme, l'agir compétent proposé par Bihl (2024) est une interaction entre savoir-agir, vouloir-agir et pouvoir-agir, et tout cela prend place dans une situation donnée.

Dans le cadre de ce mémoire, ce modèle offre une grille de lecture particulièrement pertinente pour comprendre comment les pratiquants de sports de résistance réagissent aux contenus diffusés par les influenceurs fitness. Un individu peut, par exemple, disposer des compétences nécessaires pour identifier les procédés de persuasion ou les représentations idéalisées d'une publication (*savoir-agir*), sans pour autant parvenir à s'en distancier si la relation parasociale entretenue avec l'influenceur, les normes du milieu sportif ou la recherche d'approbation sociale réduisent sa motivation (*vouloir-agir*) ou son sentiment de *pouvoir-agir*. Ainsi, une même publication peut être perçue comme une source d'inspiration, un idéal à atteindre ou, au contraire, comme un contenu potentiellement problématique pour l'image corporelle, selon les ressources mobilisées et le mode d'engagement adopté par l'utilisateur.

L'articulation entre le modèle de Buckingham et celui de l'agir compétent constitue ainsi le cadre conceptuel de ce mémoire. Le premier permet d'analyser de manière critique les contenus médiatiques et les mécanismes qui les sous-tendent, tandis que le second offre une compréhension des conditions dans lesquelles cette analyse est effectivement mobilisée par les individus exposés.

3.6. Analyse de contenu : Le cas *Liver King*

3.6.1. Pourquoi *Liver King* et qui est-il ? :

Le cas mobilisé dans cette analyse est celui de Brian Johnson, connu sous le pseudonyme « *Liver King* ». Depuis 2021, il a construit sur Instagram, TikTok et YouTube une communauté de plusieurs millions d'abonnés en mettant en scène un « mode de vie ancestral » structuré en neuf préceptes, dont la consommation d'organes crus, le présentant comme un guerrier primitif moderne. Cette mise en scène implique également sa famille : son épouse et ses deux fils apparaissent sous les pseudonymes de « *Liver Queen* », « *Liver Boy Rad* » et « *Stryker the Barbarian* ». L'influenceur s'inscrit dans un modèle économique fondé sur la commercialisation de compléments alimentaires, présentés comme une alternative pratique au régime ancestral promu, et générant plus de 100 millions de dollars de revenus annuels (Gutman et al., 2023 ; Hearing, 2022 ; Klee, 2022 ; Science Insights Team, 2026).

Fin 2022, des e-mails et analyses sanguines divulgués par un autre créateur de contenu ont révélé que Johnson dépensait environ 11 000 dollars par mois en produits dopants, avant de reconnaître lui-même la supercherie dans une vidéo publique. L'affaire a depuis donné lieu à un recours collectif pour publicité mensongère et à un documentaire Netflix retraçant son ascension et sa chute.

Le cas de *Liver King* a été retenu car il illustre plusieurs mécanismes développés au Chapitre 2 : représentation d'un idéal corporel, discours pseudo-scientifique, dimension commerciale et relation parasociale construite autour d'un storytelling familial. Il est à noter que l'analyse s'appuie sur cette documentation existante, notamment le documentaire *Untold: The Liver King* (Netflix) et les articles publiés dans la presse, plutôt que sur une analyse de contenu originale des publications de l'influenceur.

3.6.2. Application du modèle de Buckingham

➔ *Représentation : Comment la réalité est-elle représentée ?*

Les médias ne reflètent pas la réalité mais en proposent une construction sélective (Buckingham, 2007). Le cas de *Liver King* illustre bien cette dimension : à travers ses publications, Brian Johnson met en scène un mode de vie « ancestral » présenté comme l'origine de son physique exceptionnel, associant force, santé, virilité et consommation d'aliments d'origine animale, et laissant entendre qu'un tel physique serait naturellement accessible à quiconque adopterait ces principes. Cette mise en scène correspond au type de

représentation corporelle idéalisée que Tiggemann et Zaccardo (2015) associent aux effets délétères des contenus de *fitspiration* sur l'image corporelle.

Cette représentation a toutefois été remise en question lorsque Johnson a reconnu avoir eu recours à des stéroïdes anabolisants et à de la testostérone (Gutman et al., 2023), montrant que son physique ne pouvait pas être attribué uniquement au régime « ancestral » qu'il mettait en avant. Ce décalage entre l'image construite et sa réalité illustre le constat de Harriger et al. (2022), selon lequel les utilisateurs ne sont pas toujours capables d'identifier les manipulations derrière les représentations corporelles qui leur sont présentées. Tant que cette mise en scène restait crédible, elle pouvait favoriser les comparaisons sociales ascendantes (Festinger, 1954 ; Vogel et al., 2014). Les pratiquants étaient ainsi amenés à se comparer à un idéal présenté comme accessible, alors que son obtention était en réalité difficilement envisageable sans recours aux stéroïdes. Cette exposition, prolongée dans le temps puisque Johnson diffuse ce type de contenu depuis 2021, peut enfin être mise en perspective avec la théorie de la cultivation (Gerbner & Gross, 1976), selon laquelle la répétition d'une représentation médiatique tend à la faire percevoir comme normale, contribuant ainsi à banaliser ce standard corporel pourtant extrême.

➔ *Langage : Comment le message est-il construit ?*

Les médias mobilisent des codes et des procédés spécifiques qui influencent la manière dont les messages sont perçus et interprétés (Buckingham, 2007). Le cas de *Liver King* illustre cette dimension à travers la combinaison d'un langage visuel et verbal soigneusement construit pour renforcer la crédibilité de son discours. Sur le plan visuel, ses publications mettent systématiquement en scène un corps extrêmement musclé, une barbe imposante et des environnements naturels et sauvages, appuyés par des démonstrations de force spectaculaires ainsi qu'un travail sur l'éclairage, le cadrage et la congestion musculaire. L'ensemble de ces choix construit un archétype, celui de « l'homme des cavernes » moderne, une figure de virilité brute et de retour à la nature qui donne du crédit au discours « ancestral » promu par l'influenceur. Cette mise en scène fonctionne comme un argument d'autorité implicite : le physique de Brian Johnson est présenté comme la preuve visible de l'efficacité du mode de vie qu'il promeut, sans qu'une démonstration scientifique explicite ne soit nécessaire.

Le discours de l'influenceur s'appuie sur des termes qui rappellent l'anthropologie et la biologie, avec par exemple les « neuf préceptes ancestraux », présentés comme des principes

universels de santé et de performance. Ce recours à une scientificité de façade rejoint les constats formulés par l'éditorial de *Nature Metabolism* (2025) concernant la diffusion de conseils nutritionnels reposant sur un langage pseudo-scientifique, ainsi que les observations de Carrotte et al. (2017), qui soulignent la présence de conseils de santé peu fondés dans les contenus *fitspiration*. Au-delà de sa fonction persuasive, ce vocabulaire contribue à donner à Johnson une image d'expert. En s'exprimant comme s'il détenait une expertise en biologie ou en anthropologie, il se présente comme une figure de savoir plutôt que comme un simple témoin de son expérience. Cette posture peut renforcer la crédibilité perçue de son discours, alors même qu'elle ne repose pas sur des qualifications dans ces domaines. L'ensemble de ces procédés aide à construire un récit cohérent, émotionnellement accrocheur et qui paraît très crédible, alors que les bases scientifiques des messages restent, en réalité, largement discutées.

➔ Production : Qui produit le message et dans quel but ?

La dimension de la production vise à s'interroger sur les acteurs qui créent les contenus, leurs intentions ainsi que les intérêts économiques susceptibles d'influencer les messages diffusés (Buckingham, 2007). Le cas de *Liver King* illustre cette dimension, puisque l'ensemble de sa communication sur les réseaux s'inscrit dans une stratégie de marque personnelle étroitement liée à la commercialisation de compléments alimentaires. Le personnage, le storytelling familial, les vidéos d'entraînement et les conseils nutritionnels ne constituent pas uniquement des contenus de divertissement : ils participent à la construction d'un univers cohérent destiné à renforcer la crédibilité du discours et à soutenir un modèle économique fondé sur la vente de produits.

Cette stratégie rejoint directement les mécanismes décrits par Huang et al. (2026), selon lesquels les influenceurs fitness présentent fréquemment des recommandations nutritionnelles ou des routines d'entraînement comme de simples expériences personnelles, alors qu'elles répondent également à des objectifs commerciaux. Dans le cas de *Liver King*, cette logique est poussée à son paroxysme. Plutôt que de promouvoir directement ses compléments alimentaires, Brian Johnson construit une véritable philosophie de vie autour des « neuf préceptes ancestraux », avant de présenter ses produits comme une alternative pratique permettant d'adopter ce mode de vie. Ainsi, contrairement à un contenu sponsorisé plus « classique », le système de croyances présenté par Johnson conduit progressivement l'utilisateur vers l'achat, celui-ci étant un passage logique vers l'adhésion à ce mode de vie.

Cette stratégie de production illustre également les observations de Mathur et al. (2018). En effet, en affirmant pendant plusieurs années que son physique résultait exclusivement de son mode de vie "ancestral", tout en dissimulant son recours aux stéroïdes anabolisants (Klee, 2022), Johnson a entretenu une représentation trompeuse susceptible de renforcer la crédibilité de ses recommandations. La dynamique de production de ces contenus s'inscrit pleinement dans les logiques de visibilité propres aux plateformes numériques. Corsi (2024) rappelle que les formats générant le plus d'engagement sont ceux que les algorithmes tendent à privilégier et à diffuser massivement. Dans ce contexte, les vidéos spectaculaires, les démonstrations de force ou les mises en scène extrêmes proposées par *Liver King* s'accordent particulièrement bien avec les mécanismes de recommandation des réseaux sociaux, ce qui accroît leur circulation et renforce, par ricochet, leur potentiel commercial.

➔ Audience : Comment les publics interprètent ils le message ?

Les publics ne reçoivent jamais passivement les messages médiatiques, mais les interprètent en fonction de leurs expériences, de leurs connaissances et de leurs ressources critiques (Buckingham, 2007). Le cas de *Liver King* illustre cette dimension. Pour certains utilisateurs, ses contenus peuvent constituer une source de motivation ou d'inspiration ; pour d'autres, ils pourraient favoriser l'internalisation d'idéaux corporels difficilement atteignables. Cette diversité de réception rappelle que les effets d'un contenu médiatique ne dépendent pas uniquement de ses caractéristiques, mais également de la manière dont il est interprété par ceux qui y sont exposés.

Dans le cas de *Liver King*, cette réception est fortement influencée par les mécanismes de comparaison sociale et par les relations parasociales. Le storytelling familial, la mise en scène de son mode de vie et la construction d'une communauté identifiée sous le nom de « Primals » favorisent le développement d'un sentiment de proximité avec l'influenceur, comme le soulignaient Hoffner et Bond (2022). Cette relation de confiance tend à réduire le scepticisme des abonnés face aux messages diffusés, rejoignant les travaux de Chung et Cho (2017), selon lesquels les relations parasociales conduisent les utilisateurs à interpréter les recommandations des influenceurs davantage comme des conseils personnels que comme des messages à visée persuasive. La révélation publique de l'utilisation de stéroïdes par Brian Johnson, semble illustrer la force de cette relation de confiance. En effet, malgré le caractère scientifiquement peu plausible de certaines affirmations, une partie importante de l'audience a continué à accorder une forte crédibilité au discours de l'influenceur. Plusieurs années après le

scandale, Johnson conservait ainsi encore plusieurs millions d'abonnés actifs sur TikTok et Instagram (Mercuri, 2025), et sa vidéo de confession a suscité, évidemment de nombreuses critiques, mais aussi de nombreux messages de soutien (Rao, 2022). Ce cas rejoint les observations de Haddad (2025) et de Peedikayil (2025), selon lesquelles les relations parasociales renforcent l'adhésion aux normes corporelles promues par les influenceurs et peuvent donc limiter la mobilisation d'un recul critique face aux contenus auxquels les utilisateurs sont exposés.

3.6.3. Application du modèle de l'agir compétent de Bihl

Le modèle de l'agir compétent de Bihl (2024) permet d'apporter une lecture plus nuancée du cas de *Liver King*. L'impact de ses contenus ne dépend pas uniquement de leurs caractéristiques, mais aussi de la manière dont les individus mobilisent leur savoir-agir, leur vouloir-agir et leur pouvoir-agir face à ces contenus. Nous allons illustrer cette variabilité par trois profils distincts de pratiquants de sports de résistance.

Le premier profil réunit un niveau élevé sur les trois dimensions. Ce pratiquant possède les compétences essentielles pour repérer la stratégie de production mentionnée auparavant, soit le passage entre la philosophie de vie et la logique commerciale (Huang et al., 2026), ainsi que le langage pseudo-scientifique mobilisé par l'influenceur (*savoir-agir*). Il n'éprouve pas de besoin particulier de validation identitaire à travers la communauté des « Primals » et perçoit le contenu davantage avec de la curiosité que comme un modèle à suivre (*vouloir-agir*). Il évolue également dans un environnement social, par exemple au sein d'un club encadré par des entraîneurs et entouré de pairs, qui privilégient une pratique fondée sur des critères objectifs et ne valorisent pas ce type de figure médiatique (*pouvoir-agir*). Dans cette situation, les trois dimensions de l'agir compétent convergent. Les compétences critiques sont mobilisées, la motivation à adopter une posture réflexive est présente, et le contexte social favorise cette prise de distance en offrant un cadre et des ressources propices à l'esprit critique. Pour ce profil, la littératie médiatique joue pleinement son rôle protecteur : les trois conditions convergent vers une mise à distance critique du contenu. Dans ce cas, ce type de contenu semble donc présenter un risque limité de contribuer au développement de préoccupations liées à la dysmorphie musculaire.

Le deuxième profil illustre une situation plus problématique, qui rejoint directement la question de recherche de ce mémoire. Ce pratiquant possède un savoir-agir comparable au précédent c'est-à-dire qu'il n'a pas de difficulté à identifier les mêmes procédés de production

et de langage (*savoir-agir*). Cependant, son « agir compétent » est fragilisé par une déconnexion entre ce qu'il connaît et ce qu'il réussit effectivement à utiliser dans le contexte. Son *vouloir-agir* est « diminué » par la relation parasociale qu'il entretient avec la figure de l'influenceur (Chung & Cho, 2017 ; Hoffner & Bond, 2022). En effet, la proximité affective construite par le storytelling familial de *Liver King* réduit son scepticisme malgré la connaissance qu'il a des mécanismes en jeu. Son *pouvoir-agir*, qui renvoie aux conditions sociales, relationnelles ou matérielles susceptibles de faciliter ou, au contraire, de limiter l'adoption d'une posture critique, est ici restreint par son environnement social. Il évolue dans un cercle de pairs qui admirent ouvertement cette figure et valorisent les normes qu'elle véhicule, ce qui rend toute prise de distance plus difficile et potentiellement coûteuse sur le plan social. Ce décalage entre savoir-agir élevé, vouloir-agir entravé et pouvoir-agir limité illustre un agir compétent « diminué », où les compétences critiques existent mais ne peuvent être activées. McLean et al. (2016) montrent que ce type de compétences joue généralement un rôle protecteur contre l'internalisation des normes corporelles, cependant ce profil en illustre les limites. En effet, la possession de ces compétences ne suffit pas à en garantir les effets lorsque la motivation et les conditions sociales de leur exercice sont défavorables. Ce pratiquant continue ainsi à se comparer au physique présenté (Festinger, 1954 ; Vogel et al., 2014), malgré une certaine conscience du caractère artificiel des représentations véhiculées par *Liver King*. La révélation du recours de Brian Johnson aux stéroïdes anabolisants (Gutman et al., 2023) ne suffit pas nécessairement à remettre en cause les croyances déjà installées, la relation de confiance développée avec l'influenceur étant susceptible d'en atténuer l'impact (Haddad, 2025 ; Peedikayil, 2025).

Un troisième profil, enfin, cumule les vulnérabilités sur les trois dimensions. Novice en sport de résistance et n'ayant jamais été sensibilisé à une lecture critique des contenus médiatiques, ce pratiquant ne dispose pas des repères nécessaires pour identifier les logiques de production ou le vocabulaire pseudo-scientifique du contenu (*savoir-agir* faible). Il s'investit fortement dans la communauté des « Primals », qui constitue pour lui une source d'appartenance et un repère identitaire. Cette proximité relationnelle, typique des dynamiques de relation parasociale, renforce son adhésion aux normes véhiculées par l'influenceur plutôt que sa remise en question (Peedikayil, 2025), orientant ainsi son *vouloir-agir* vers la conformité plutôt que vers une posture critique. Enfin, son *pouvoir-agir* est limité par son environnement social et numérique. Il évolue au sein d'un cercle de pairs qui valorise ce type de contenu et est régulièrement exposé à des publications similaires par les algorithmes de recommandation

(Curry et al., 2026). Dans un tel contexte, adopter un recul critique ou s'éloigner des normes véhiculées par l'influenceur devient particulièrement difficile (*pouvoir-agir* faible). Dans ce cas, les trois dimensions convergent dans un sens défavorable : absence de compétences critiques, forte motivation mais ici à adhérer, et contexte social et algorithmique renforçant l'exposition. C'est ce profil qui est le plus exposé au risque de dysmorphie musculaire : comparaison ascendante intense, adhésion non critique aux normes corporelles véhiculées, et absence de ressources internes et externes pour s'en distancier (Bégin et al., 2018 ; Ganson et al., 2025 ; McLean et al., 2016).

La comparaison de ces trois profils met en évidence l'apport spécifique du modèle de l'agir compétent par rapport aux seules compétences d'analyse mises en évidence par le modèle de Buckingham (2003, 2007). En effet, ce n'est pas la seule possession de compétences critiques qui protège un individu de l'influence de contenus tels que ceux de *Liver King*, mais bien l'articulation entre ces compétences, la motivation à les mobiliser, et des conditions sociales et environnementales qui permettent cette mobilisation. En d'autres mots, le modèle montre ainsi que l'effet d'un contenu médiatique dépend de la dynamique entre *savoir-agir*, *vouloir-agir* et *pouvoir-agir*, et non d'une compétence cognitive isolée. Un pratiquant peut "savoir" sans "pouvoir" ni "vouloir", ou inversement.

4. Conclusion

L'objectif de ce mémoire était d'examiner dans quelle mesure la littératie médiatique peut être un facteur protecteur face au développement de la dysmorphie corporelle, et plus particulièrement de la dysmorphie musculaire, chez les pratiquants de sports de résistance exposés aux contenus d'influence diffusés sur les réseaux sociaux. Les travaux existants indiquent que le phénomène ne se limite pas à la présence d'images corporelles idéalisées. Les impacts délétères observés résultent d'une dynamique complexe où plusieurs processus psychologiques et médiatiques se combinent et s'amplifient mutuellement.

Les articles utilisés montrent tout d'abord que les réseaux sociaux constituent un environnement particulièrement propice à la diffusion d'idéaux corporels irréalistes. Les contenus de *fitspiration*, les pratiques de communication de nombreux influenceurs et les relations parasociales qu'ils entretiennent avec leurs abonnés participent déjà à installer des normes corporelles particulièrement exigeantes. Ensuite, les mécanismes d'amplification algorithmique renforcent cette dynamique, au point de faire apparaître ces standards extrêmes

comme accessibles et socialement valorisés. Chez les pratiquants de sports de résistance, déjà engagés dans une discipline où l'apparence physique occupe une place importante, l'exposition répétée à ces contenus encourage les comparaisons sociales ascendantes et l'intériorisation de normes esthétiques difficilement atteignables. Chez les individus les plus vulnérables, cette dynamique peut favoriser l'émergence de préoccupations dysmorphiques et renforcer leur sentiment d'insatisfaction corporelle.

Face à ces mécanismes, la littératie médiatique apparaît comme une ressource intéressante à mobiliser. En effet, l'application du modèle de Buckingham (2003, 2007) permet d'analyser et de décortiquer les contenus des influenceurs selon plusieurs dimensions, à savoir : comprendre que les représentations livrées sont une construction, identifier les techniques de persuasion utilisées, se questionner sur les intentions de l'influenceur, et reconnaître le rôle essentiel que joue l'audience dans l'interprétation des messages véhiculés. Le cas de l'influenceur *Liver King* illustre l'intérêt de l'utilisation du modèle de Buckingham, en montrant comment une représentation corporelle artificielle et travaillée, un langage pseudo-scientifique, une stratégie commerciale réfléchie et une forte relation parasociale peuvent se combiner afin de produire un contenu particulièrement persuasif auprès des pratiquants de sports de résistance.

Cependant, ce mémoire montre également que disposer de compétences critiques ne suffit pas à garantir une « protection » vis-à-vis de ces contenus. L'intégration du modèle de l'agir compétent de Bihl (2024) a donc permis de dépasser les seules compétences d'analyse mises en évidence par le modèle de Buckingham (2003, 2007). L'exemple des trois profils montre qu'un individu peut parfaitement reconnaître les différents procédés de persuasion mobilisés par un influenceur, sans que cela ne l'empêche, dans certains cas, de rester incapable de prendre suffisamment de distance vis-à-vis de cette même figure médiatique : les dimensions du vouloir-agir et du pouvoir-agir apparaissent alors comme primordiales. Or, la relation parasociale mise en place, le besoin d'appartenance à une communauté, les normes valorisées par les pairs ainsi que leur expertise perçue, ou encore les mécanismes algorithmiques renforçant l'exposition à des contenus semblables, peuvent potentiellement limiter la mobilisation efficace des compétences critiques. À l'inverse, un environnement social soutenant une pratique fondée sur des critères objectifs, ainsi qu'une motivation à adopter une posture réflexive, favorisent l'expression de ces mêmes compétences.

Au regard de l'ensemble de ces constats, la réponse à la question de recherche : « *Dans quelle mesure la littératie médiatique constitue-t-elle un facteur protecteur face au développement*

de la dysmorphie musculaire chez les pratiquants de sports de résistance exposés aux contenus d'influence sur les réseaux sociaux ? » apparaît nuancée. La littératie médiatique constitue un levier prometteur pour prévenir le développement de la dysmorphie corporelle/ musculaire chez les pratiquants de sports de résistance, mais elle ne peut pas être considérée comme un facteur protecteur automatique. Le modèle de Buckingham (2003, 2007) montre qu'elle fournit les outils nécessaires pour décoder les mécanismes de représentation, de langage, de production et de réception qui caractérisent les contenus problématiques. Le modèle de l'agir compétent de Bihl (2024) révèle toutefois que ce savoir-agir ne suffit pas à lui seul. Son efficacité dépend de la motivation de l'individu à mobiliser ces compétences, mais également des conditions sociales, relationnelles et numériques qui rendent cette mobilisation possible. Autrement dit, ce n'est pas la possession de compétences critiques isolées qui protège les individus, mais l'articulation entre le savoir-agir, le vouloir-agir et le pouvoir-agir de l'individu.

Ce mémoire montre ainsi que la littératie médiatique ne protège pas directement contre la dysmorphie corporelle/ musculaire : son rôle est d'aider les individus à décoder les représentations idéalisées, les stratégies de persuasion des influenceurs et les logiques algorithmiques, afin de limiter l'internalisation des idéaux corporels qu'ils véhiculent. Il ne s'agit donc pas seulement d'apprendre à repérer une publicité déguisée ou une image retouchée, mais de développer une compréhension critique de l'ensemble de l'environnement médiatique dans lequel évoluent les pratiquants de sports de résistance. Cet enjeu est d'autant plus important que les contenus fitness y occupent une place croissante, dans un espace où les frontières entre information, divertissement et communication commerciale sont de plus en plus floues.

5. Limites

Ce mémoire contient plusieurs limites qu'il semble être important de souligner. Dans un premier temps, le choix d'une revue littérature plutôt que d'une revue systématique implique que les sources mobilisées durant tout le travail ne représentent pas l'ensemble des informations relatives au sujet, et n'est donc pas exhaustif. Les articles présentés reflètent donc un choix orienté vers le sujet spécifique, et non un tour d'horizon complet.

Ensuite, l'application des modèles théoriques de Buckingham et de Bihl repose sur l'analyse d'un cas unique, celui de l'influenceur *Liver King* ($n = 1$). Bien que ce choix se justifie par sa pertinence illustrative, ce cas ne saurait être considéré comme représentatif de la diversité des

contenus fitness et *fitspiration* présents sur les réseaux sociaux. Les résultats de cette analyse doivent dès lors être interprétés comme une illustration des concepts mobilisés, plutôt que comme des conclusions généralisables à l'ensemble de cet univers médiatique.

Également, ce mémoire étant uniquement une revue littérature, demeure un travail exclusivement théorique. Il propose une grille de lecture critique des mécanismes en jeu, et non une évaluation de la littératie médiatique de réels utilisateurs exposés à ce type de contenus. En effet, aucune donnée empirique n'a été récoltée auprès de pratiquants de sports de résistance et les trois profils utilisés pour illustrer le modèle de l'agir compétent sont des constructions uniquement destinées à démontrer la pertinence du modèle, et non des profils empiriquement observés. Des recherches sur le terrain reste donc nécessaire afin de confirmer leurs validités explicatives. Il est nécessaire également de préciser que ces trois profils ne représentent qu'un choix parmi d'autres combinaisons possibles entre les trois dimensions du modèle, celles-ci ayant été sélectionnés pour illustrer au mieux l'articulation avec le modèle de Buckingham.

Ensuite, le modèle de Buckingham (2003, 2007) et le modèle de l'agir compétent de Bihl (2024) n'ont pas été développés ou validés pour des contextes de dysmorphie corporelle/ musculaire, ou des sports de résistance. Le modèle de l'agir compétent a en outre été validé empiriquement par Bihl (2024) auprès d'un public adolescent, dans le cadre de tâches de littératie médiatique scolaires, ce qui constitue un contexte différent de celui des pratiquants adultes de sports de résistance visés par ce mémoire. Dans ce mémoire, ces modèles ont donc été adaptés à l'objet d'étude retenu. Toutefois, cette adaptation n'ayant pas été vérifiée empiriquement dans ce contexte, elle doit être considérée comme une piste d'analyse plutôt que comme un cadre théorique établi pour ce domaine.

Enfin, le paysage numérique de l'influence évolue rapidement, aussi bien en termes de pratiques (nouveaux formats, nouvelles plateformes) que de réglementation (encadrement des placements de produits et de la publicité d'influence). Les constats présentés dans ce mémoire reflètent donc une situation qui peut rapidement évoluer, ce qui nécessite de rester attentif aux changements qui pourraient modifier les pratiques des influenceurs et leur environnement médiatique.

6. Perspectives

Plusieurs pistes d'amélioration découlent directement des limites citées ci-dessus.

Premièrement, il pourrait être pertinent d'appliquer les deux modèles utilisés dans ce mémoire

à d'autres cas concrets d'influenceurs fitness, ainsi qu'à des publications *fitspiration* isolées. L'objectif serait de vérifier si les mécanismes identifiés à travers le cas de *Liver King* se retrouvent, se nuancent ou diffèrent selon les profils. Cela pourrait notamment passer par une comparaison avec un influenceur perçu comme « sain », afin de déterminer si une manière différente de présenter les contenus permet d'échapper à ces mécanismes ou si elle peut, elle aussi, contribuer à l'insatisfaction corporelle chez les pratiquants.

Deuxièmement, établir un protocole de validation empirique du modèle de l'agir compétent de Bihl (2024) auprès de pratiquants de sports de résistance permettrait de vérifier si l'exemple des trois profils construits dans ce mémoire trouve un écho dans les pratiques et les discours, et cela par exemple au moyen d'entretiens semi-directifs ou de questionnaire, selon un protocole de type pré-test/post-test mesurant l'évolution de l'insatisfaction corporelle avant et après une éducation à la littératie médiatique. Ce protocole pourrait également interroger le nombre d'années de pratique et le niveau de connaissance du domaine, afin de vérifier si l'expérience du pratiquant module les bénéfices issus de la littératie médiatique.

Troisièmement, les résultats de ce mémoire, notamment l'idée d'un « agir compétent diminué » chez certains profils, suggèrent que les dispositifs d'éducation aux médias destinés à cette population pourraient être développés davantage. Les programmes existants mettent principalement l'accent sur le savoir-agir, alors que ce mémoire souligne également l'importance du vouloir-agir et du pouvoir-agir. Dans le contexte sportif, des actions de prévention et de sensibilisation menées au sein des clubs ou des fédérations pourraient donc intégrer davantage les dimensions motivationnelles et sociales, en complément des compétences cognitives.

Enfin, étant donné l'évolution rapide du paysage numérique évoquée en limite, il serait utile de renouveler ce type d'analyse à intervalles réguliers. La mise en place d'études longitudinales permettrait également de suivre l'évolution des pratiques, des contenus et de leurs effets potentiels sur les pratiquants de sports de résistance au fil du temps. Une telle approche offrirait une vision plus dynamique du phénomène et permettrait notamment de mieux comprendre l'évolution des relations entre l'exposition aux contenus fitness, la littératie médiatique et les préoccupations liées à l'image corporelle.

Bibliographie

American Psychiatric Association. (2013). *Diagnostic and statistical manual of mental disorders* (5e éd.). <https://doi.org/10.1176/appi.books.9780890425596>

Aufderheide, P. (1993). *Media Literacy: A Report of the Media Literacy Conference on Media Literacy*. Aspen Institute. <https://files.eric.ed.gov/fulltext/ED365294.pdf>

Bégin, C., Turcotte, O., & Rodrigue, C. (2018). Psychosocial factors underlying symptoms of muscle dysmorphia in a non-clinical sample of men. *Psychiatry Research*, 272, 319–325. <https://doi.org/10.1016/j.psychres.2018.12.120>

Benito, P. J., Cupeiro, R., Ramos-Campo, D. J., Alcaraz, P. E., & Rubio-Arias, J. Á. (2020). A systematic review with meta-analysis of the effect of resistance training on whole-body muscle growth in healthy adult males. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 17(4), 1285. <https://doi.org/10.3390/ijerph17041285>

Bihl, J. (2024). *Littératie médiatique des adolescent·e·s : étude de l'agir compétent en activité de recherche d'information et de production numérique* [Thèse de doctorat, UCLouvain]. <https://hdl.handle.net/2078.5/232371>

Buckingham, D. (2003). *Media education: Literacy, learning and contemporary culture*. Polity Press.

Buckingham, D. (2007). Digital media literacies: Rethinking media education in the age of the internet. *Research in Comparative and International Education*, 2(1), 43–55. <https://doi.org/10.2304/rcie.2007.2.1.43>

Buckingham, D., Grahame, J., Powell, M., Burn, A., & Ellis, S. (2014). *Developing media literacy: Concepts, processes and practices*. <https://ddbuckingham.files.wordpress.com/2015/04/media-literacy-concepts-processes-practices.pdf>

Carrotte, E. R., Prichard, I., & Lim, M. S. C. (2017). "Fitspiration" on social media: A content analysis of gendered images. *Journal of Medical Internet Research*, 19(3), e95. <https://doi.org/10.2196/jmir.6368>

- Chung, S., & Cho, H. (2017). Fostering parasocial relationships with celebrities on social media: Implications for celebrity endorsement. *Psychology & Marketing*, 34(4), 481–495. <https://doi.org/10.1002/mar.21001>
- Cinelli, M., De Francisci Morales, G., Galeazzi, A., Quattrociocchi, W., & Starnini, M. (2020). Echo chambers on social media: A comparative analysis. *arXiv*. <https://doi.org/10.48550/arxiv.2004.09603>
- Cooper, M., Eddy, K. T., Thomas, J. J., Franko, D. L., Carron-Arthur, B., Keshishian, A. C., & Griffiths, K. M. (2020). Muscle dysmorphia: A systematic and meta-analytic review of the literature to assess diagnostic validity. *International Journal of Eating Disorders*, 53(10), 1583–1604. <https://doi.org/10.1002/eat.23349>
- Corsi, G. (2024). Evaluating Twitter's algorithmic amplification of low-credibility content: An observational study. *EPJ Data Science*, 13(1). <https://doi.org/10.1140/epjds/s13688-024-00456-3>
- Curry, M., Chu, M. D., Yan, C., Murray, S. B., Lerman, K., & Young, L. E. (2026). The body as status: Muscularity, engagement, and body image risk on #GymTok. *arXiv*. <https://doi.org/10.48550/arxiv.2606.29682>
- Curtis, R. G., Prichard, I., Gosse, G., Stankevicius, A., & Maher, C. A. (2023). Hashtag fitspiration: Credibility screening and content analysis of Instagram fitness accounts. *BMC Public Health*, 23(1), 421. <https://doi.org/10.1186/s12889-023-15232-7>
- Czubaj, N., Szymańska, M., Nowak, B., & Grajek, M. (2025). The impact of social media on body image perception in young people. *Nutrients*, 17(9), 1455. <https://doi.org/10.3390/nu17091455>
- Devrim, A., Bilgic, P., & Hongu, N. (2018). Is there any relationship between body image perception, eating disorders, and muscle dysmorphic disorders in male bodybuilders? *American Journal of Men's Health*, 12(5), 1746–1758. <https://doi.org/10.1177/1557988318786868>
- Diagnostic and Statistical Manual of Mental Disorders. (2022). Dans *American Psychiatric Association Publishing eBooks*. <https://doi.org/10.1176/appi.books.9780890425787>

- Easton, S., Morton, K., Tappy, Z., Francis, D., & Dennison, L. (2018). Young people's experiences of viewing the fitspiration social media trend: Qualitative study. *Journal of Medical Internet Research*, 20(6), e219. <https://doi.org/10.2196/jmir.9156>
- Festinger, L. (1954). A theory of social comparison processes. *Human Relations*, 7(2), 117–140.
- Fueth, M., Schmidt, S. V., Reinkemeier, F., Drysch, M., Steubing, Y., Bausen, S., Puszcz, F., Lehnhardt, M., & Wallner, C. (2025). Social media exposure and muscle dysmorphia risk in young German athletes: A cross-sectional survey with machine-learning insights using the MDDI-1. *Healthcare*, 13(14), 1695. <https://doi.org/10.3390/healthcare13141695>
- Ganson, K. T., Testa, A., Rodgers, R. F., & Nagata, J. M. (2025). Associations between muscularity-oriented social media content and muscle dysmorphia among boys and men. *Body Image*, 53, 101903. <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2025.101903>
- Gerbner, G., & Gross, L. (1976). Living with television: The violence profile. *Journal of Communication*, 26(2), 172–199. <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.1976.tb01397.x>
- Giordano, F., Calaresi, D., Castellani, L., Verrastro, V., Feraco, T., & Saladino, V. (2025). Interaction between social support and muscle dysmorphia: The role of self-efficacy and social media use. *Behavioral Sciences*, 15(2), 122. <https://doi.org/10.3390/bs15020122>
- Gomez-Galán, J. (2018). Media education as theoretical and practical paradigm for digital literacy: An interdisciplinary analysis. *arXiv*. <https://doi.org/10.48550/arxiv.1803.01677>
- Grieve, F. G. (2006). A conceptual model of factors contributing to the development of muscle dysmorphia. *Eating Disorders*, 15(1), 63–80. <https://doi.org/10.1080/10640260601044535>
- Gupta, M., Jassi, A., & Krebs, G. (2023). The association between social media use and body dysmorphic symptoms in young people. *Frontiers in Psychology*, 14, 1231801. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2023.1231801>
- Gutman, M., Rivera, G., Muldofsky, M., Wenzlaff, R., Kapetaneas, J., & Pereira, I. (2023, 13 mai). From the Liver King's mouth to your plate: Inside the controversial influencer's world. *ABC News*. <https://abcnews.com/US/liver-kings-mouth-plate-inside-controversial-influencers-world/story?id=99195640>

Haddad, S. (2025). *Parasocial relationships and source credibility: How fitness influencers drive millennials' purchase behaviour in social media retail contexts*. SSRN.

<https://ssrn.com/abstract=5857898>

Hallsworth, L., Wade, T., & Tiggemann, M. (2005). Individual differences in male body-image: An examination of self-objectification in recreational body builders. *British Journal of Health Psychology*, 10(3), 453–465. <https://doi.org/10.1348/135910705x26966>

Harriger, J. A., Evans, J. A., Thompson, J. K., & Tylka, T. L. (2022). The dangers of the rabbit hole: Reflections on social media as a portal into a distorted world of edited bodies and eating disorder risk and the role of algorithms. *Body Image*, 41, 292–297.

<https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2022.03.007>

Hearing, A. (2022, 6 décembre). 'Primal living' guru Liver King who built a \$100m fitness empire admits he's actually on steroids. *Fortune*. <https://fortune.com/well/2022/12/06/liver-king-leaked-steroids-email-apology-video/>

Hobbs, R. (1998). The seven great debates in the media literacy movement. *Journal of Communication*, 48(1), 16–32. <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.1998.tb02734.x>

Hobbs, R., & Jensen, A. (2009). The past, present, and future of media literacy education. *The Journal of Media Literacy Education*.

Hoffner, C. A., & Bond, B. J. (2022). Parasocial relationships, social media, & well-being. *Current Opinion in Psychology*, 45, 101306. <https://doi.org/10.1016/j.copsyc.2022.101306>

Horton, D., & Wohl, R. R. (1956). Mass communication and para-social interaction: Observations on intimacy at a distance. *Psychiatry*, 19(3), 215–229.

Huang, Y., Leng, X., & Tian, Z. (2026). Predatory marketing and false health promotion on social media: Risk pathways in diet, fitness, and supplement communication. *Frontiers in Public Health*, 14, 1709812. <https://doi.org/10.3389/fpubh.2026.1709812>

Kellner, D., & Share, J. (2019). *The critical media literacy guide: Engaging media and transforming education*. Brill.

Klee, M. (2022, 30 novembre). Organ-devouring 'Liver King' blasted by bodybuilders over alleged steroid use. *Rolling Stone*. <https://www.rollingstone.com/culture/culture-news/liver-king-bodybuilder-alleged-steroid-use-1234638226/>

Koltay, T. (2011). The media and the literacies: Media literacy, information literacy, digital literacy. *Media, Culture & Society*, 33(2), 211–221.

<https://doi.org/10.1177/0163443710393382>

Kraemer, W. J., Ratamess, N. A., & French, D. N. (2002). Resistance training for health and performance. *Current Sports Medicine Reports*, 1(3), 165–171.

Laughter, M. R., Anderson, J. B., Maymone, M. B. C., & Kroumpouzos, G. (2023). Psychology of aesthetics: Beauty, social media, and body dysmorphic disorder. *Clinics in Dermatology*, 41(1), 28–32. <https://doi.org/10.1016/j.clindermatol.2023.03.002>

Le Boterf, G. (2017). Agir en professionnel compétent et avec éthique. Halte au tout compétences ! *Éthique Publique*, 19(1). <https://doi.org/10.4000/ethiquepublique.2934>

Lechner, T. E., Gill, E. M., Drees, M. J., Hamady, C. M., & Ludy, M.-J. (2019). Prevalence of disordered eating and muscle dysmorphia in college students by predominant exercise type. *International Journal of Exercise Science*, 12(4), 989–1000.

<https://doi.org/10.70252/EKEY7157>

Lim, M. S. C., Molenaar, A., Brennan, L., Reid, M., & McCaffrey, T. (2022). Young Adults' Use of Different Social Media Platforms for Health Information : Insights From Web-Based Conversations. *Journal Of Medical Internet Research*, 24(1), e23656.

<https://doi.org/10.2196/23656>

Martenstyn, J. A., Maguire, S., & Griffiths, S. (2022). A qualitative investigation of the phenomenology of muscle dysmorphia: Part 1. *Body Image*, 43, 486–503.

<https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2022.10.009>

Masterman, L. (1985). *Teaching the Media*. Londres : Comedia Publishing Group.

Mathur, A., Narayanan, A., & Chetty, M. (2018). Endorsements on social media: An empirical study of affiliate marketing disclosures on YouTube and Pinterest. *arXiv*.

<https://doi.org/10.48550/arxiv.1809.00620>

McLean, S. A., Paxton, S. J., & Wertheim, E. H. (2016). The role of media literacy in body dissatisfaction and disordered eating: A systematic review. *Body Image*, 19, 9–23.

<https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2016.08.002>

- Mercuri, M. (2025, 14 mai). Where is the Liver King now? Inside Brian Johnson's life after the steroid scandal. *Forbes*. <https://www.forbes.com/sites/monicamercuri/2025/05/14/where-is-the-liver-king-now-inside-brian-johnsons-life-after-the-steroid-scandal/>
- Neziroglu, F., & Barile, A. (2017). *Body dysmorphic disorder: Advances in research and clinical practice*. Oxford University Press.
- Nutritional advice on social media: Clicks over credibility. (2025). *Nature Metabolism*, 7, 1715. <https://doi.org/10.1038/s42255-025-01385-9>
- Olivardia, R. (2001). Mirror, mirror on the wall, who's the largest of them all? The features and phenomenology of muscle dysmorphia. *Harvard Review of Psychiatry*, 9(5), 254–259. <https://doi.org/10.1080/hrp.9.5.254.259>
- Pasko, K., & Arigo, D. (2021). The roles of social comparison orientation and regulatory focus in college students' responses to fitspiration posts on social media: Cross-sectional study. *JMIR Mental Health*, 8(9), e26204. <https://doi.org/10.2196/26204>
- Peedikayil, S. K. (2025). The impacts of social media influencer marketing on body dysmorphic disorder among the Generation Z. *Journal of Digital Marketing and Communication*, 5(1), 82–95. <https://doi.org/10.53623/jdmc.v5i1.650>
- Perkins, A. (2018). Body dysmorphic disorder. *Nursing Made Incredibly Easy!*, 17(1), 32–38. <https://doi.org/10.1097/01.nme.0000549614.97772.88>
- Pope, C. G., Pope, H. G., Menard, W., Fay, C., Olivardia, R., & Phillips, K. A. (2005). Clinical features of muscle dysmorphia among males with body dysmorphic disorder. *Body Image*, 2(4), 395–400. <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2005.09.001>
- Pope, H. G., Gruber, A. J., Choi, P., Olivardia, R., & Phillips, K. A. (1997). Muscle dysmorphia: An underrecognized form of body dysmorphic disorder. *Psychosomatics*, 38(6), 548–557. [https://doi.org/10.1016/S0033-3182\(97\)71400-2](https://doi.org/10.1016/S0033-3182(97)71400-2)
- Potter, W. J. (2004). Argument for the need for a cognitive theory of media literacy. *American Behavioral Scientist*, 48(2), 266–272. <https://doi.org/10.1177/0002764204267274>
- Potter, W. J. (2010). The state of media literacy. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 54(4), 675–696. <https://doi.org/10.1080/08838151.2011.521462>

Rao, K. (2022, 2 décembre). "He'd make a great politician": Liver King apology video gets slammed online amid steroid use confession. *Sportskeeda*. <https://www.sportskeeda.com/pop-culture/he-d-make-great-politician-liver-king-apology-video-gets-slammed-online-amid-steroid-use-confession>

Rück, C., Mataix-Cols, D., Feusner, J. D., Shavitt, R. G., Veale, D., Krebs, G., & De la Cruz, L. F. (2024). Body dysmorphic disorder. *Nature Reviews Disease Primers*, 10(1). <https://doi.org/10.1038/s41572-024-00577-z>

Ryding, F. C., & Kuss, D. J. (2019). The use of social networking sites, body image dissatisfaction, and body dysmorphic disorder: A systematic review of psychological research. *Psychology of Popular Media*, 9(4), 412–435. <https://doi.org/10.1037/ppm0000264>

Science Insights Team. (2026, 19 mars). Is Liver King legit? Fraud, steroids, and raw meat risks. *ScienceInsights*. <https://scienceinsights.org/is-liver-king-legit-fraud-steroids-and-raw-meat-risks/>

Steele, J., Fisher, J. P., Giessing, J., & Gentil, P. (2017). Training to momentary muscular failure improves strength in resistance-trained individuals. *European Journal of Sport Science*, 17(8), 955–964.

Stricker, P. R., Faigenbaum, A. D., McCambridge, T. M., LaBella, C. R., Brooks, M. A., Canty, G., Diamond, A. B., Hennrikus, W., Logan, K., Moffatt, K., Nemeth, B. A., Pengel, K. B., & Peterson, A. R. (2020). Resistance training for children and adolescents. *Pediatrics*, 145(6). <https://doi.org/10.1542/peds.2020-1011>

Suhag, K., & Rauniyar, S. (2024). Social media effects regarding eating disorders and body image in young adolescents. *Cureus*. <https://doi.org/10.7759/cureus.58674>

Talbot, C. V., Gavin, J., Van Steen, T., & Morey, Y. (2017). A content analysis of thinspiration, fitspiration, and bonespiration imagery on social media. *Journal of Eating Disorders*, 5(1), 40. <https://doi.org/10.1186/s40337-017-0170-2>

Thomas, A., Tod, D. A., Edwards, C. J., & McGuigan, M. R. (2014). Drive for muscularity and social physique anxiety mediate the perceived ideal physique muscle dysmorphia relationship. *The Journal of Strength and Conditioning Research*, 28(12), 3508–3514. <https://doi.org/10.1519/jsc.0000000000000573>

Tiggemann, M., & Zaccardo, M. (2015). "Exercise to be fit, not skinny": The effect of fitspiration imagery on women's body image. *Body Image*, 15, 61–67.

<https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2015.06.003>

Tylka, T. L., Rodgers, R. F., Calogero, R. M., Thompson, J. K., & Harriger, J. A. (2023). Integrating social media variables as predictors, mediators, and moderators within body image frameworks: Potential mechanisms of action to consider in future research. *Body Image*, 44, 197–221. <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2023.01.004>

Veale, D. (2004). Body dysmorphic disorder. *Postgraduate Medical Journal*, 80(940), 67–71. <https://doi.org/10.1136/pmj.2003.015289>

Verduyn, P., Gugushvili, N., Massar, K., Täht, K., & Kross, E. (2020). Social comparison on social networking sites. *Current Opinion in Psychology*, 36, 32–37.

<https://doi.org/10.1016/j.copsyc.2020.04.002>

Vogel, E. A., Rose, J. P., Roberts, L. R., & Eckles, K. (2014). Social comparison, social media, and self-esteem. *Psychology of Popular Media Culture*, 3(4), 206–222.

<https://doi.org/10.1037/ppm0000047>

Annexes

Fig 1. :



➔ À gauche, Wolverine (Hugh Jackman) dans « XMEN » (2000), à droite Wolverine dans « Wolverine : Le combat de l'immortel » (2017)

Fig 2. :



➔ À gauche, Spiderman (Toby McGuire) dans « Spiderman » (2002), à droite Spiderman (Tom Holland) dans « Spiderman : Brand New Day » (2026)

Déclaration sur l'honneur, mémoires de l'Ecole de communication, UCLouvain

Je déclare qu'il s'agit d'un travail original et personnel, que toutes les sources référencées ont été indiquées dans leur totalité et ce, quelle que soit leur provenance, et que l'utilisation des outils d'intelligence artificielle est conforme aux consignes d'utilisation publiées par la Faculté ESPO et disponible à cette adresse :

<https://intranet.uclouvain.be/fr/myucl/facultes/espo/intelligence-artificielle-consignes-d-utilisation-pour-les-etudiant-es.html>

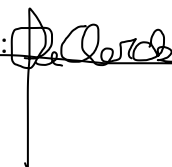
Je suis conscient·e que le fait de ne pas citer une source, de ne pas la citer clairement et complètement, de ne pas annoncer dans une partie spécifique en début du mémoire l'utilisation que j'ai faite des outils d'intelligence artificielle ou de les utiliser de manière contraire à ce qui est prévu dans la note facultaire constituent des irrégularités graves au regard du *Règlement des études et des examens de l'Université catholique de Louvain* (Chapitre 4, section 7, article 107 à 114) au sein de l'Université. J'ai notamment pris connaissance des risques de sanctions administratives et disciplinaires encourues.

Au vu de ce qui précède, je déclare sur l'honneur ne pas avoir commis de plagiat ou toute autre forme de fraude et de n'avoir pas utilisé les outils d'intelligences artificielles en dehors de ce qui est accepté à l'UCLouvain.

Nom, Prénom : De Clerck Cyril

Date : 16/08/2026

Signature de l'étudiant·e :



Les réseaux sociaux occupent aujourd'hui une place importante dans la manière dont les pratiquants de sports de résistance peuvent percevoir leur propre corps. Contenus *fitspiration*, influenceurs hyper-musclés, algorithmes de recommandation : ces environnements médiatiques semblent, selon la littérature, associés à un risque accru de dysmorphie musculaire. Une préoccupation excessive pour l'insuffisance perçue de sa propre musculature, particulièrement documentée chez les pratiquants de musculation et de bodybuilding.

Ce mémoire propose d'explorer dans quelle mesure la littératie médiatique pourrait constituer un facteur protecteur face à ce phénomène chez des pratiquants par ailleurs exposés de façon répétée à ces contenus d'influence. Il situe d'abord la dysmorphie musculaire dans le cadre plus large du trouble dysmorphique corporel, avant de dresser le portrait de l'écosystème médiatique qui l'entoure : *fitspiration*, comparaison sociale, pratiques problématiques des influenceurs, relation parasociale, amplification algorithmique.

Il s'appuie ensuite sur deux modèles de littératie médiatique distincts : celui de Buckingham (2003, 2007), qui permet de décoder les contenus, et celui de Bihl (2024), qui permet de comprendre dans quelle mesure une compétence critique s'exprime ou non. Ces modèles sont appliqués à titre illustratif au cas de l'influenceur *Liver King*, dont le scandale de dopage éclaire certains de ces mécanismes, notamment l'écart possible entre une représentation médiatique construite et la réalité qu'elle dissimule.

Cette analyse suggère que la littératie médiatique pourrait constituer un levier intéressant, mais pas une protection automatique. Savoir décoder un contenu ne suffit pas toujours à s'en distancier, surtout quand la motivation, ou les conditions sociales pour le faire, manquent. Ces dispositifs d'éducation aux médias pourraient, au-delà des compétences d'analyse des contenus, prendre en compte la manière dont s'articulent, chez chaque individu, le savoir-agir, le vouloir-agir et le pouvoir-agir.

Mots-clés : Littératie médiatique, Trouble dysmorphique corporel, Dysmorphie musculaire, Réseaux sociaux, Influenceurs fitness