

LES RESEAUX SOCIAUX

IMPACT SUR LA SANTE MENTALE

SERRA WILFRIED

Praticien Hospitalier CSAPA 86

APR
2023

ESSENTIAL DIGITAL HEADLINES

OVERVIEW OF THE ADOPTION AND USE OF CONNECTED DEVICES AND SERVICES



TOTAL
POPULATION



we
are
social

8.03
BILLION

URBANISATION

57.2%

UNIQUE MOBILE
PHONE SUBSCRIBERS



Meltwater

5.48
BILLION

vs. POPULATION

68.3%

INDIVIDUALS USING
THE INTERNET



KEPIOS

5.18
BILLION

vs. POPULATION

64.6%

SOCIAL MEDIA
USER IDENTITIES



4.80
BILLION

vs. POPULATION

59.9%

SOURCES: UNITED NATIONS; GOVERNMENT BODIES; GSMA INTELLIGENCE; ITU; WORLD BANK; EUROSTAT; CHNIG; NIELSEN; CIA WORLD FACTBOOK; COMPANY ADVERTISING RESOURCES AND EARNINGS REPORTS; OGDH; BETA RESEARCH CENTER; KEPIOS ANALYSIS. **ADVISORY:** SOCIAL MEDIA USER IDENTITIES MAY NOT REPRESENT UNIQUE INDIVIDUALS. **COMPARABILITY:** SIGNIFICANT REVISIONS TO SOURCE DATA, INCLUDING COMPREHENSIVE REVISIONS TO POPULATION DATA. FIGURES ARE NOT COMPARABLE WITH PREVIOUS REPORTS. ALL FIGURES USE THE LATEST AVAILABLE DATA, BUT SOME SOURCE DATA MAY NOT HAVE BEEN UPDATED IN THE PAST YEAR. SEE NOTES ON DATA FOR FULL DETAILS.

we
are
social

Meltwater



3^{ème} colloque régional ATNOA

Jeudi 14 novembre 2024



APR
2023

DAILY TIME SPENT WITH MEDIA

THE AVERAGE AMOUNT OF TIME EACH DAY THAT INTERNET USERS AGED 16 TO 64 SPEND WITH DIFFERENT KINDS OF MEDIA AND DEVICES

NOTE: GWI HAVE REVISED THEIR METHODOLOGY. PLEASE READ THE IMPORTANT NOTES ON COMPARING DATA AT THE START OF THIS REPORT BEFORE COMPARING DATA ON THIS CHART WITH PREVIOUS REPORTS.



TIME SPENT USING
THE INTERNET



GWI.

6H 35M

YEAR-ON-YEAR CHANGE
-4.4% (-18 MINS)

TIME SPENT WATCHING TELEVISION
(BROADCAST AND STREAMING)



Meltwater

3H 12M

YEAR-ON-YEAR CHANGE
-1.0% (-2 MINS)

TIME SPENT USING
SOCIAL MEDIA



GWI.

2H 24M

YEAR-ON-YEAR CHANGE
-3.4% (-5 MINS)

TIME SPENT READING PRESS MEDIA
(ONLINE AND PHYSICAL PRINT)



1H 49M

YEAR-ON-YEAR CHANGE
-6.8% (-8 MINS)

TIME SPENT LISTENING TO
MUSIC STREAMING SERVICES



we
are
social

1H 28M

YEAR-ON-YEAR CHANGE
-3.3% (-3 MINS)

TIME SPENT LISTENING
TO BROADCAST RADIO



GWI.

0H 52M

YEAR-ON-YEAR CHANGE
-10.3% (-6 MINS)

TIME SPENT LISTENING
TO PODCASTS



KERNOS

0H 52M

YEAR-ON-YEAR CHANGE
-3.7% (-2 MINS)

TIME SPENT USING
A GAMES CONSOLE



1H 05M

YEAR-ON-YEAR CHANGE
-7.1% (-5 MINS)

13

SOURCE: GWI (Q4 2022). FIGURES REPRESENT THE FINDINGS OF A BROAD GLOBAL SURVEY OF INTERNET USERS AGED 16 TO 64. SEE [GWI.COM](https://www.gwi.com) FOR FULL DETAILS. **NOTES:** CONSUMPTION OF DIFFERENT MEDIA MAY OCCUR CONCURRENTLY. TELEVISION INCLUDES BOTH LINEAR (BROADCAST AND CABLE) TELEVISION AND CONTENT DELIVERED VIA STREAMING AND VIDEO-ON-DEMAND SERVICES. PRESS INCLUDES BOTH ONLINE AND PHYSICAL PRINT MEDIA. BROADCAST RADIO DOES NOT INCLUDE INTERNET RADIO. **COMPARABILITY:** GWI HAS INTRODUCED A REVISED SURVEY METHODOLOGY THAT RESULTED IN A DECLINE IN VALUES FOR A WIDE VARIETY OF DATA POINTS, SO DATA POINTS ON THIS CHART MAY NOT BE DIRECTLY COMPARABLE WITH SIMILAR DATA POINTS PUBLISHED IN PREVIOUS REPORTS.

we
are
social

Meltwater



3^{ème} colloque régional ATNOA

Jeudi 14 novembre 2024



APR
2023

SOCIAL MEDIA USE vs. TOTAL POPULATION

SOCIAL MEDIA USER IDENTITIES AS A PERCENTAGE OF THE TOTAL POPULATION (NOTE: USER IDENTITIES MAY NOT REPRESENT UNIQUE INDIVIDUALS)



SOURCES: KEPIOS ANALYSIS; COMPANY ADVERTISING RESOURCES AND ANNOUNCEMENTS; CNNIC; BETA RESEARCH CENTER; OCDH. **ADVISORY:** SOCIAL MEDIA USER IDENTITIES MAY NOT REPRESENT UNIQUE INDIVIDUALS. **NOTES:** DOES NOT INCLUDE DATA FOR SUDAN OR SYRIA. REGIONS BASED ON THE UNITED NATIONS GEOScheme. **COMPARABILITY:** SOURCE, BASE, AND METHODOLOGY CHANGES, INCLUDING SIGNIFICANT SOURCE DATA REVISIONS AND CHANGES IN REPORTING APPROACHES. VALUES ARE NOT COMPARABLE WITH THOSE PUBLISHED IN PREVIOUS REPORTS. FIGURES FOR LOCAL AND REGIONAL SOCIAL MEDIA USE RELY ON DIFFERENT DATASETS TO GLOBAL FIGURES. SEE [NOTES ON DATA](#) FOR FURTHER DETAILS.



3^{ème} colloque régional ATNOA
Jeudi 14 novembre 2024



APR 2023

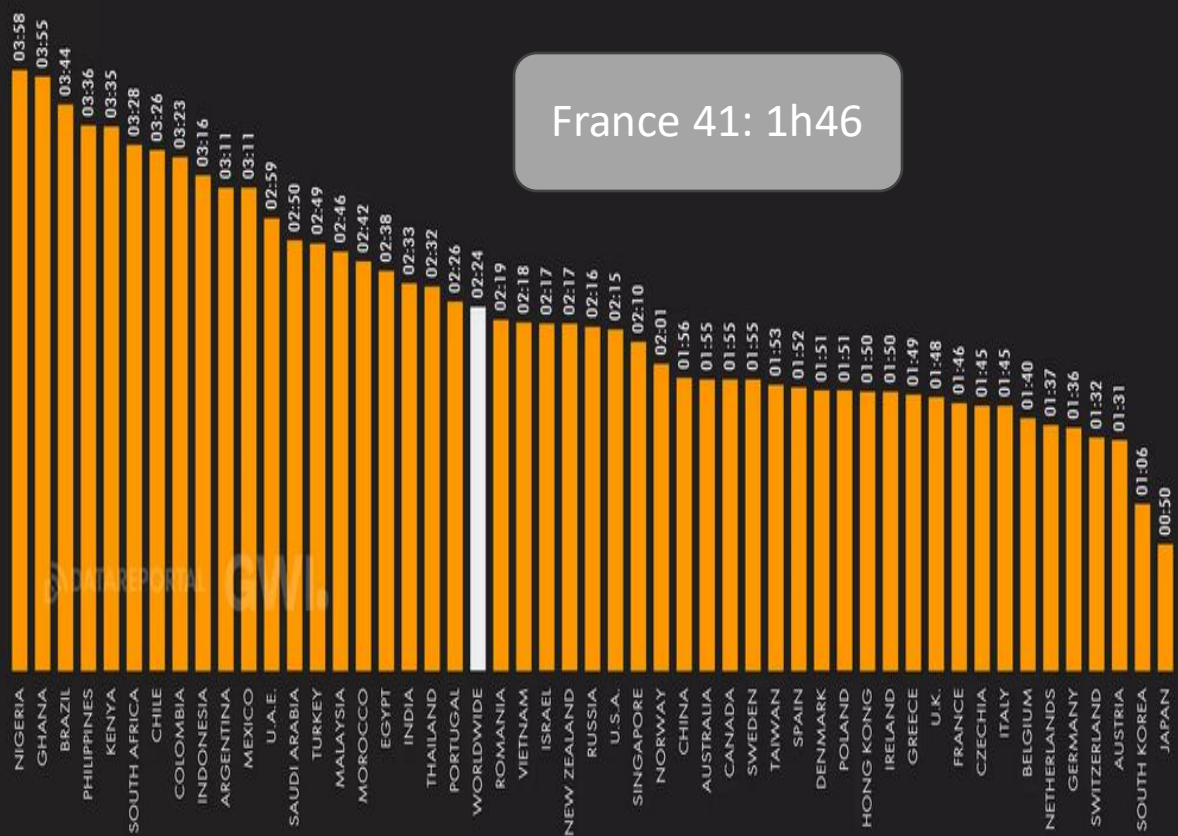
DAILY TIME SPENT USING SOCIAL MEDIA

AVERAGE AMOUNT OF TIME (IN HOURS AND MINUTES) THAT INTERNET USERS AGED 16 TO 64 SPEND USING SOCIAL MEDIA EACH DAY

NOTE: GWI HAVE REVISED THEIR METHODOLOGY. PLEASE READ THE IMPORTANT NOTES ON COMPARING DATA AT THE START OF THIS REPORT BEFORE COMPARING DATA ON THIS CHART WITH PREVIOUS REPORTS



GLOBAL OVERVIEW



France 41: 1h46

APR 2023

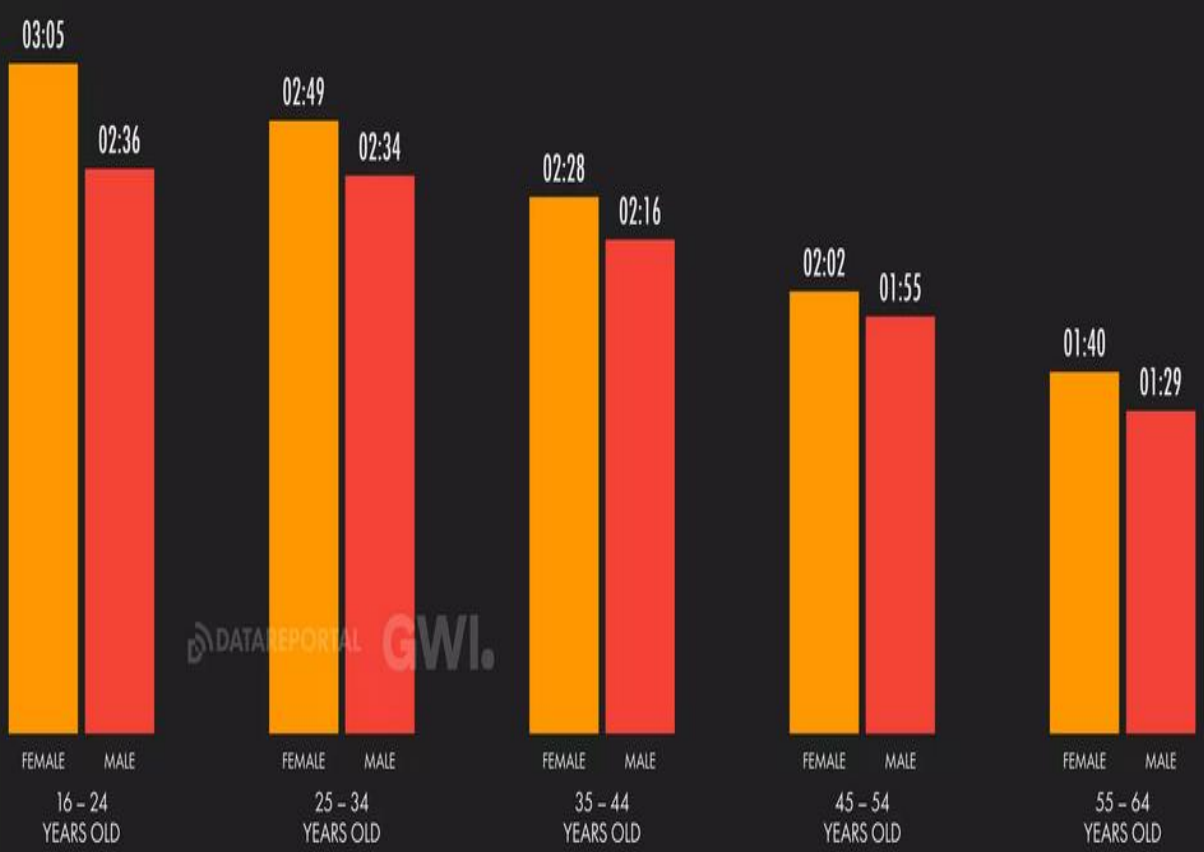
DAILY TIME SPENT USING SOCIAL MEDIA

AVERAGE AMOUNT OF TIME (IN HOURS AND MINUTES) THAT INTERNET USERS AGED 16 TO 64 SPEND USING SOCIAL MEDIA EACH DAY

NOTE: GWI HAVE REVISED THEIR METHODOLOGY. PLEASE READ THE IMPORTANT NOTES ON COMPARING DATA AT THE START OF THIS REPORT BEFORE COMPARING DATA ON THIS CHART WITH PREVIOUS REPORTS



GLOBAL OVERVIEW



123 SOURCE: GWI (Q4 2022). FIGURES REPRESENT THE FINDINGS OF A BROAD GLOBAL SURVEY OF INTERNET USERS AGED 16 TO 64. SEE [GWI.COM](https://www.gwi.com) FOR FULL DETAILS. COMPARABILITY: STARTING WITH THEIR Q4 2022 WAVE OF RESEARCH, GWI INTRODUCED A REVISED SURVEY METHODOLOGY THAT RESULTED IN A DECLINE IN VALUES FOR A WIDE VARIETY OF DATA POINTS. AS A RESULT, DATA POINTS ON THIS CHART MAY NOT BE DIRECTLY COMPARABLE WITH SIMILAR DATA POINTS PUBLISHED IN PREVIOUS REPORTS.

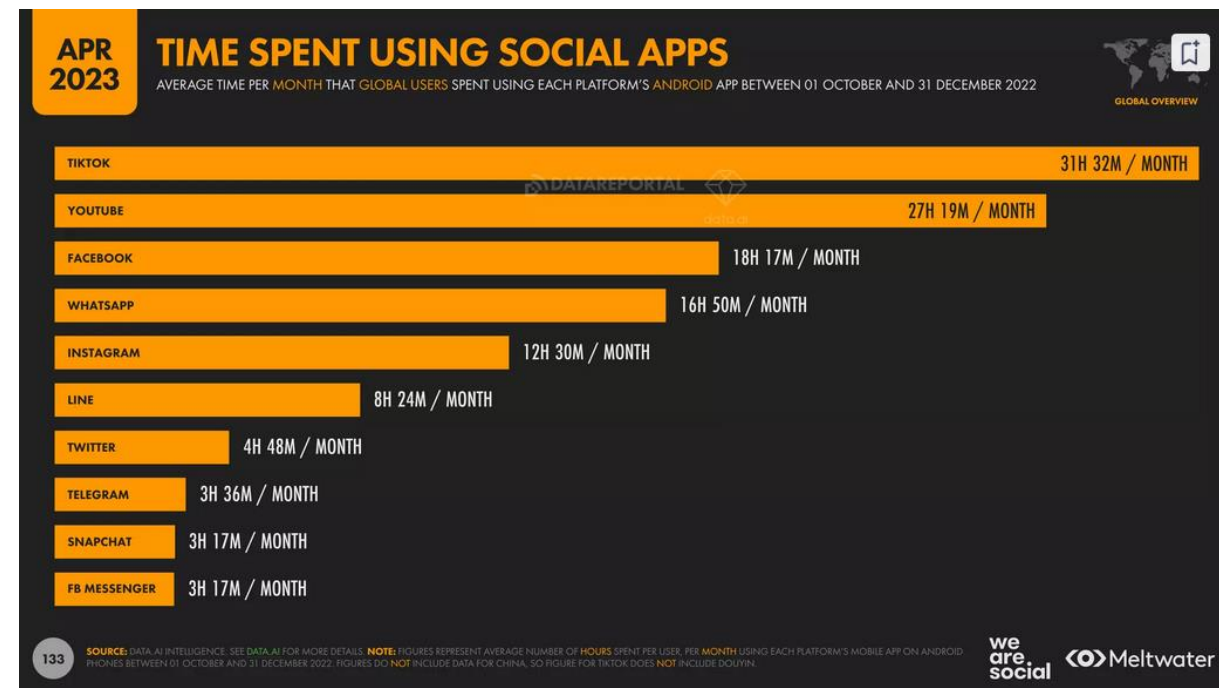
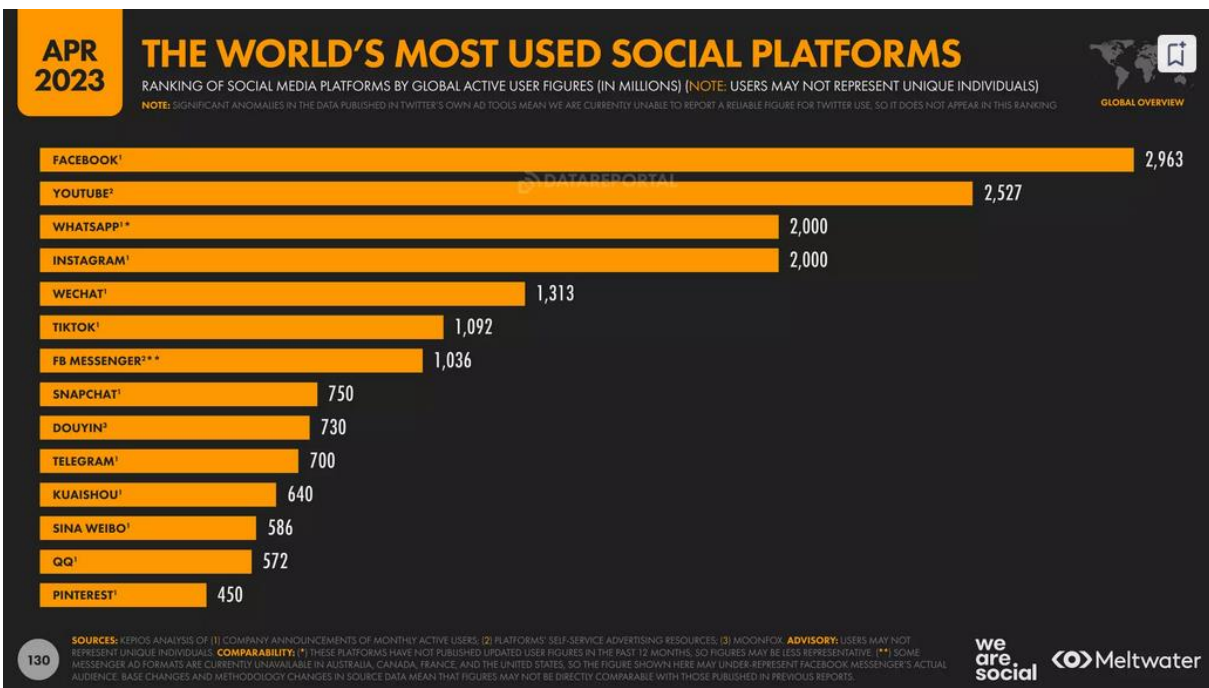


124 SOURCE: GWI (Q4 2022). FIGURES REPRESENT THE FINDINGS OF A BROAD GLOBAL SURVEY OF INTERNET USERS AGED 16 TO 64. SEE [GWI.COM](https://www.gwi.com) FOR FULL DETAILS. COMPARABILITY: STARTING WITH THEIR Q4 2022 WAVE OF RESEARCH, GWI INTRODUCED A REVISED SURVEY METHODOLOGY THAT RESULTED IN A DECLINE IN VALUES FOR A WIDE VARIETY OF DATA POINTS. AS A RESULT, DATA POINTS ON THIS CHART MAY NOT BE DIRECTLY COMPARABLE WITH SIMILAR DATA POINTS PUBLISHED IN PREVIOUS REPORTS.



3^{ème} colloque régional ATNOA
Jeudi 14 novembre 2024





APR
2023

FACEBOOK: ADVERTISING AUDIENCE OVERVIEW

THE POTENTIAL AUDIENCE THAT MARKETERS CAN REACH WITH ADS ON FACEBOOK

NOTE: PLEASE READ THE IMPORTANT NOTES ON COMPARING DATA AT THE START OF THIS REPORT BEFORE COMPARING DATA ON THIS CHART WITH PREVIOUS REPORTS

GLOBAL OVERVIEW

TOTAL POTENTIAL REACH
OF ADS ON FACEBOOK



2.25
BILLION



FACEBOOK AD REACH
vs. TOTAL POPULATION



28.0%

we
are
social

FACEBOOK AD REACH
vs. TOTAL INTERNET USERS



43.4%

Meltwater

QUARTER-ON-QUARTER CHANGE
IN REPORTED FACEBOOK AD REACH



+13.4%
+267 MILLION

GWI

YEAR-ON-YEAR CHANGE IN
REPORTED FACEBOOK AD REACH



+5.0%
+108 MILLION

SHARE: FEMALE FACEBOOK
AD REACH vs. OVERALL
FACEBOOK AD REACH



43.2%



SHARE: MALE FACEBOOK
AD REACH vs. OVERALL
FACEBOOK AD REACH



56.8%

Meltwater

ADOPTION: OVERALL FACEBOOK
AD REACH AGED 18+ vs. OVERALL
POPULATION AGED 18+



38.0%



ADOPTION: FEMALE FACEBOOK
AD REACH AGED 18+ vs. FEMALE
POPULATION AGED 18+



32.6%

we
are
social

ADOPTION: MALE FACEBOOK
AD REACH AGED 18+ vs. MALE
POPULATION AGED 18+



43.3%

SOURCES: META'S ADVERTISING RESOURCES; KEPIOS ANALYSIS. **NOTES:** BASED ON MIDPOINTS OF PUBLISHED RANGES. GENDER DATA ONLY AVAILABLE FOR "FEMALE" AND "MALE". SOURCE DATA FOR REACH BY GENDER MAY NOT SUM TO PUBLISHED TOTAL. **ADVISORY:** REACH MAY NOT REPRESENT UNIQUE INDIVIDUALS OR MATCH THE TOTAL ACTIVE USER BASE. VALUES COMPARING REACH WITH POPULATION AND INTERNET USERS MAY EXCEED 100% DUE TO USER AGE MISSTATEMENTS, DUPLICATE AND FAKE ACCOUNTS, DIFFERING RESEARCH DATES, AND CHANGES IN RESIDENT POPULATIONS. **COMPARABILITY:** SOURCE REVISIONS MAY DISTORT VALUES FOR CHANGE OVER TIME. SEE **NOTES ON DATA** FOR DETAILS.

we
are
social

Meltwater

APR
2023

SOURCES OF BRAND DISCOVERY

PERCENTAGE OF **INTERNET USERS** WHO DISCOVER NEW BRANDS, PRODUCTS, AND SERVICES VIA EACH CHANNEL OR MEDIUM

NOTE: GWI HAVE REVISED THEIR METHODOLOGY. PLEASE READ THE IMPORTANT NOTES ON COMPARING DATA AT THE START OF THIS REPORT BEFORE COMPARING DATA ON THIS CHART WITH PREVIOUS REPORTS.



16 TO 24 YEARS OLD		25 TO 34 YEARS OLD		35 TO 44 YEARS OLD		45 TO 54 YEARS OLD		55 TO 64 YEARS OLD	
SOCIAL MEDIA ADS	29.2%	SEARCH ENGINES	30.1%	SEARCH ENGINES	31.7%	SEARCH ENGINES	34.7%	TV ADS	38.2%
SEARCH ENGINES	27.0%	SOCIAL MEDIA ADS	28.4%	TV ADS	30.5%	TV ADS	34.1%	SEARCH ENGINES	35.1%
TV ADS	26.6%	TV ADS	28.2%	WORD-OF-MOUTH	27.2%	WORD-OF-MOUTH	30.6%	WORD-OF-MOUTH	34.1%
WORD-OF-MOUTH	23.5%	WORD-OF-MOUTH	25.5%	SOCIAL MEDIA ADS	26.8%	SOCIAL MEDIA ADS	25.0%	IN-STORE PROMOS	25.8%
BRAND WEBSITES	23.3%	BRAND WEBSITES	25.1%	BRAND WEBSITES	25.8%	BRAND WEBSITES	24.9%	BRAND WEBSITES	23.2%
TV SHOWS & FILMS	23.1%	SOCIAL MEDIA COMMENTS	23.5%	CONSUMER REVIEW SITES	23.4%	IN-STORE PROMOS	23.4%	RETAIL WEBSITES	22.6%
ADS IN MOBILE APPS	22.7%	TV SHOWS & FILMS	23.5%	RETAIL WEBSITES	23.1%	RETAIL WEBSITES	23.2%	TV SHOWS & FILMS	21.9%
WEB ADS	22.3%	WEB ADS	22.3%	WEB ADS	22.8%	CONSUMER REVIEW SITES	22.7%	CONSUMER REVIEW SITES	21.2%
SOCIAL MEDIA COMMENTS	22.3%	RETAIL WEBSITES	22.1%	SOCIAL MEDIA COMMENTS	22.7%	TV SHOWS & FILMS	22.7%	SOCIAL MEDIA ADS	20.6%
RETAIL WEBSITES	20.0%	ADS IN MOBILE APPS	22.0%	TV SHOWS & FILMS	22.5%	WEB ADS	22.6%	WEB ADS	20.2%

269

SOURCE: GWI (Q4 2022). FIGURES REPRESENT THE FINDINGS OF A BROAD GLOBAL SURVEY OF INTERNET USERS AGED 16 TO 64. SEE [GWI.COM](https://www.gwi.com) FOR FULL DETAILS. **COMPARABILITY:** STARTING WITH THEIR Q4 2022 WAVE OF RESEARCH, GWI INTRODUCED A REVISED SURVEY METHODOLOGY THAT RESULTED IN A DECLINE IN VALUES FOR A WIDE VARIETY OF DATA POINTS. AS A RESULT, DATA POINTS ON THIS CHART MAY NOT BE DIRECTLY COMPARABLE WITH SIMILAR DATA POINTS PUBLISHED IN PREVIOUS REPORTS.

we
are
social

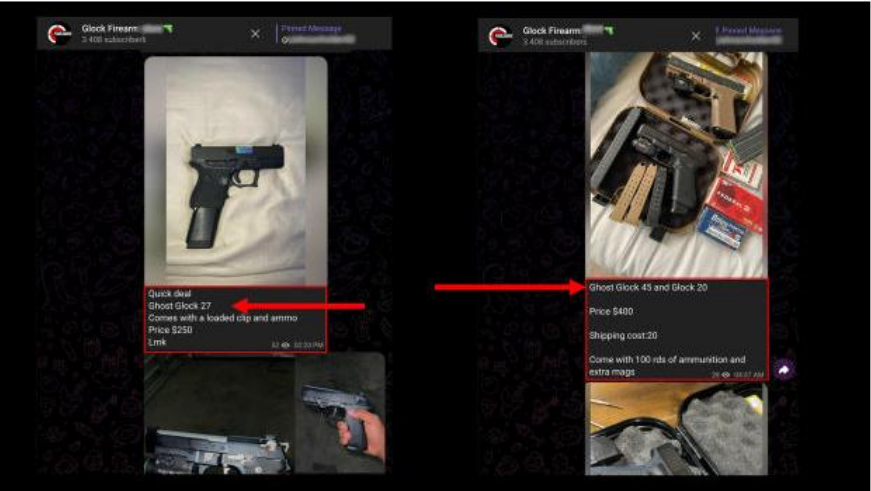
Meltwater



3^{ème} colloque régional ATNOA

Jeudi 14 novembre 2024





Une image retouchée d'armes à vendre sur les réseaux sociaux, issue du rapport du Tech Transparency Project publié le 7 octobre 2024.
Rapport du Tech Transparency Project

Etats-Unis : on vous explique comment la campagne de Trump a utilisé les données de millions d'utilisateurs Facebook

Ces données, récupérées illégalement, auraient permis, entre autres, d'élaborer des publicités très ciblées vis-à-vis de potentiels électeurs républicains, selon des enquêtes du "Guardian" et du "New York Times"

Anne Brigaudeau
France Télévisions

Publié le 18/03/2018 17:30 | Mis à jour le 20/03/2018 17:44

Temps d



Jeudi 14 novembre 2024

			sexuelle : > 36 millions	
			Nudité enfant et exploitation sexuelle : > 12 millions	
Instagram	1,08 milliards	31 % : 18–24 ans 32 % : 25–34 ans	0	US
Twitter	326 millions	63 % : 35–65 ans	Abus/harcèlement : 610 000 Exploitation sexuelle infantile : 1043 Nudité sans consentement : 15 500	US
TikTok	2 milliards	1/3 < 18 ans	Nudité adulte et contenu sexuel : 30,9 % Atteinte à la sécurité des mineurs : 22 %	Chine, et Îles Cayman, UK
Snapchat	238 millions	90 % : 13–24 ans aux US	Contenu sexuel explicite : 3 200 000 (80 %)	US
YouTube	2,2 milliards		Le porno représente 25 % du trafic vidéo	US
Telegram				British Virgin Islands, UK, fondateurs russes, et centre opérationnel à Dubai

Tableau présenté pendant les auditions par Philippe Coen, Respect Zone. Les données sont fournies par ces réseaux sociaux, dans le cadre de leurs rapports de transparence : Facebook (<https://transparency.fb.com/policies/community-standards/adult-nudity-sexual-activity/>), TikTok (<https://www.tiktok.com/transparency/en/community-guidelines-enforcement-2021-1/>), Twitter (<https://transparency.twitter.com/>), Snapchat (<https://snap.com/en-US/privacy/transparency>). Les sociétés américaines signalent le matériel pédopornographique au *National Center for Missing and Exploited Children*.

ÉDITORIAL

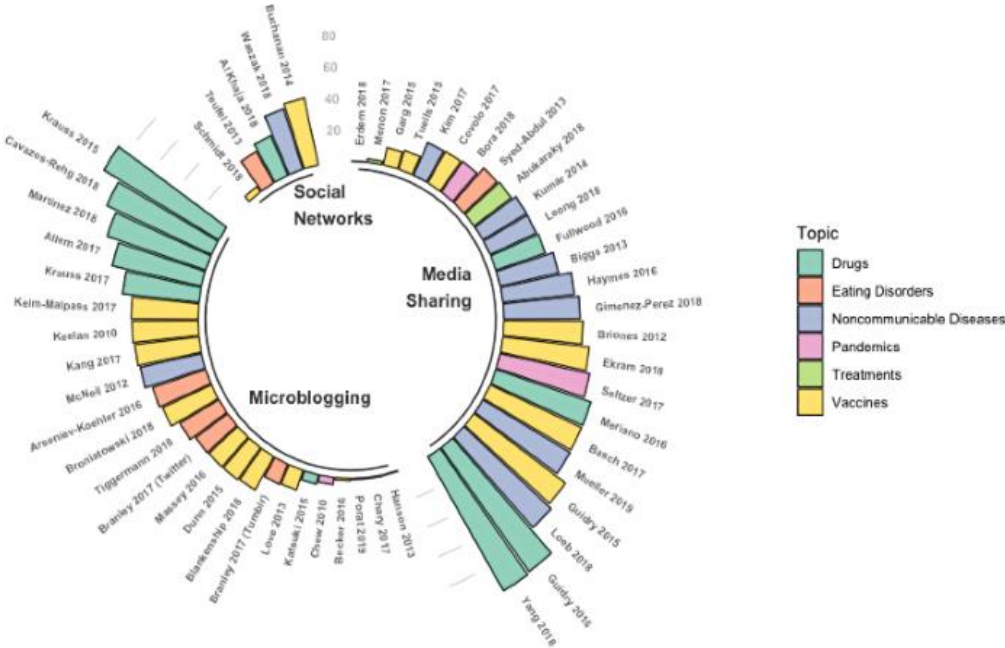
Le Monde

Enseigner après Samuel Paty et Dominique Bernard

Après les assassinats des deux professeurs par des islamistes radicalisés, il est clair désormais que l'école publique peut être visée pour ce qu'elle représente. C'est dans la durée et avec le ferme soutien de l'Etat que les enseignants pourront gagner en sérénité et continuer à protéger l'école contre les manipulations islamistes et à éclairer leurs élèves.

Publié le 15 octobre 2024 à 11h30 | Lecture 2 min. - [Read in English](#)

Figure 2. Prevalence of health misinformation grouped by different topics and social media type.



Suarez-Lledo V, Alvarez-Galvez J. Prevalence of Health Misinformation on Social Media: Systematic Review. J Med Internet Res. 2021 Jan 20;23(1):e17187. doi: 10.2196/17187.

Cyber-harcèlement : une famille française sur quatre est confrontée aux violences en ligne

La troisième édition de l'étude Caisse d'épargne – Association e-Enfance/3018 met en lumière une forte progression de l'usage des réseaux sociaux chez les 8-10 ans et s'intéresse aussi au phénomène des enfants auteurs de cyber-harcèlement.

Le Monde

Publié le 17 octobre 2023 à 12h00, modifié le 09 novembre 2023 à 15h41 - Lecture 2 min.



3^{ème} colloque régional ATNOA
Jeudi 14 novembre 2024





IMPACT DE L'USAGE

Sentiment de bien être

- Les réseaux sociaux sont de plus en plus l'intermédiaire de différents **programmes de santé** visant à améliorer la santé et le bien être (Meta analyse Cochrane de Petkovic et al. 2021)
- Les réseaux sociaux peuvent augmenter la sensation chez l'utilisateur **d'être connecté** avec les autres et donc réduire l'isolement social, diminuer le sentiment de solitude et la timidité (Halston et al. 2019; Papanou et al. 2023)
- Le sentiment d'efficacité personnelle dans l'usage des réseaux sociaux à visée informationnelle augmenterait l'estime de soi et le **sentiment de bonheur** chez la personne âgée (Chen et al. 2023)

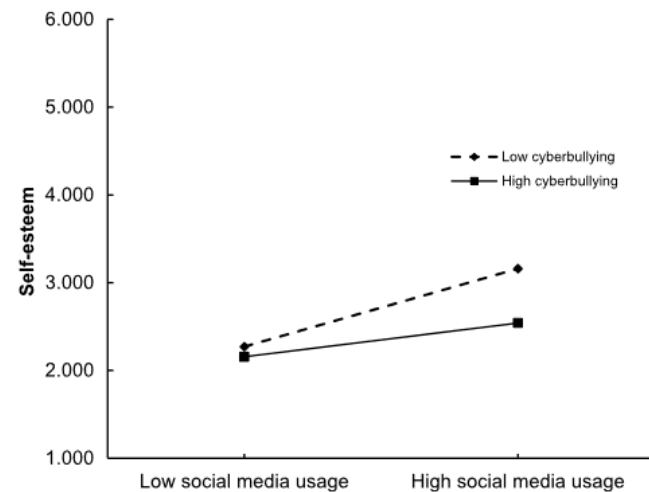


Fig. 2 Cyberbullying moderates the relationship between social media usage and self-esteem

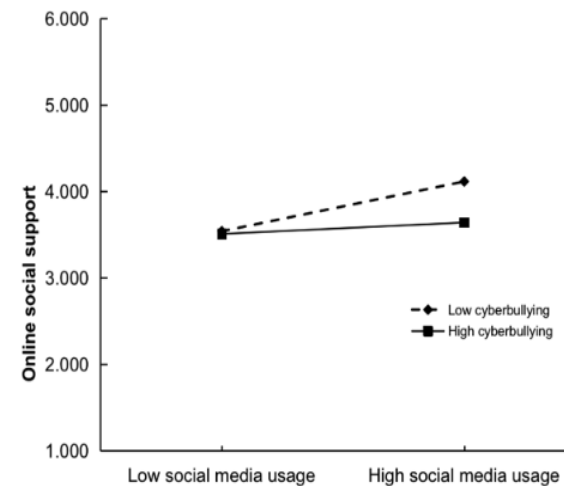


Fig. 3 Cyberbullying moderates the relationship between social media usage and online social support

Zhang C, Tang L, Liu Z. How social media usage affects psychological and subjective well-being: testing a moderated mediation model. BMC Psychol. 2023 Sep 22;11(1):286. doi: 10.1186/s40359-023-01311-2. PMID: 37737198; PMCID: PMC10515432.

Usage des réseaux et anxiété sociale

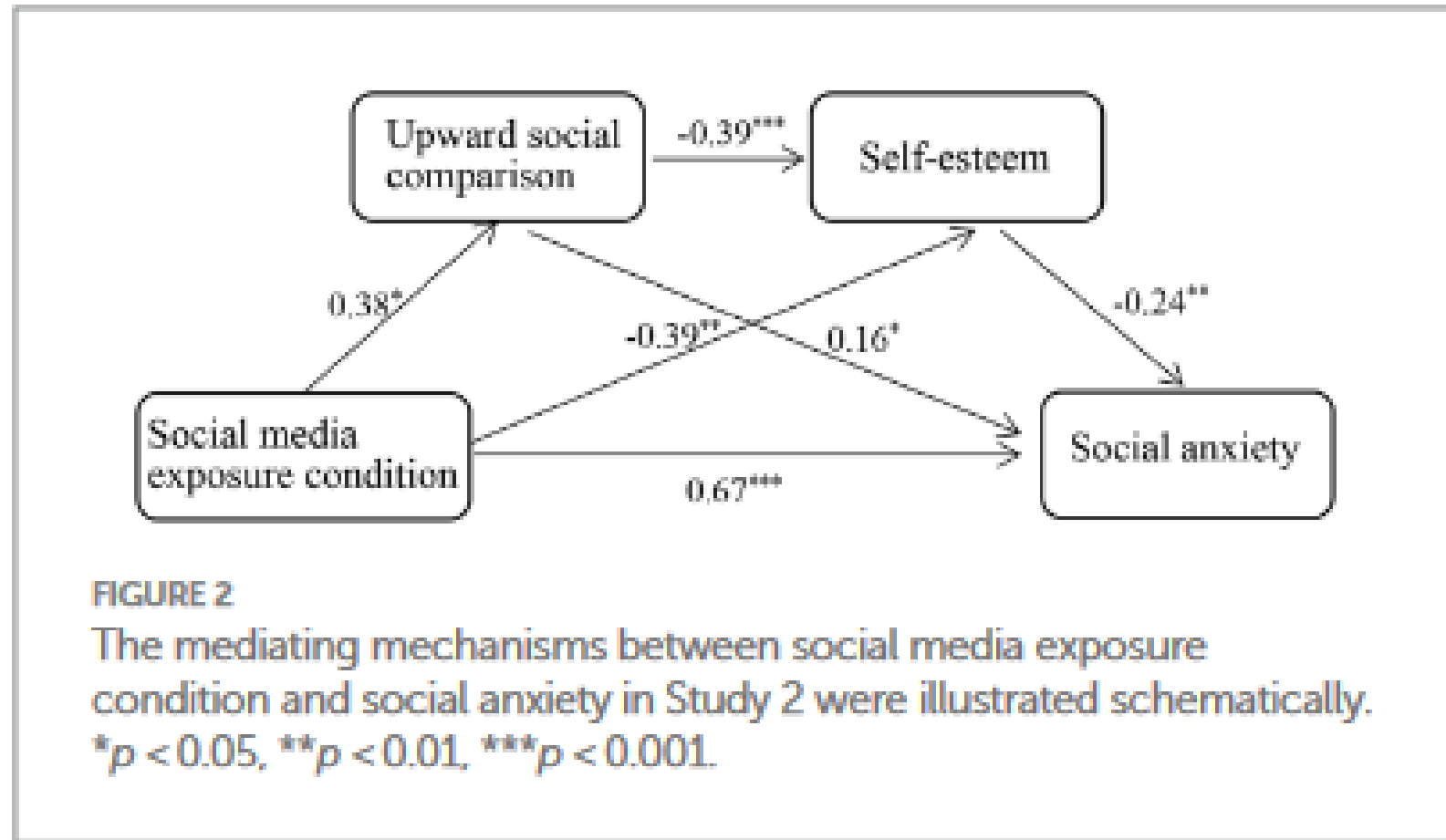
- Fréquentes corrélations retrouvées entre usage des réseaux sociaux et intensité d'anxiété sociale (Davidson et al. 2014; Dobrean et al. 2016, Jiang et al. 2020; Sternberg et al. 2020; O'Day et al. 2021; Li Sun 2023)
- Une méta analyse récente (Wu et al. 2024) retrouve une **forte corrélation positive** au travers de 53 études portant sur 59928 participants
- Ceux atteints d'anxiété sociale qui vont sur les réseaux pour essayer de compenser leur « déficit » en habilité sociale via les interactions en ligne augmenteraient finalement leur anxiété sociale (Carruthers et al. 2019)
- **L'anxiété sociale a un impact direct sur l'engagement et les performances académiques, notamment à travers l'addiction aux réseaux sociaux et une plus faible qualité de sommeil** (Mou et al. 2022; Lake Yimer 2023)

Comparaison sociale ascendante

Le fait de se comparer à quelqu'un qui est mieux que nous sur des domaines spécifiques

- Associée à des conséquences négatives telles que **l'envie, un mal être, des symptômes dépressifs et une plus faible estime de soi** (Feinstein et al. 2013; Charoensukmongkol 2018; Tao et al. 2018; Alfasi 2019; Schmuck et al. 2019)
- Dans les réseaux: construction d'une image parfaite suivant nos préférences esthétiques (Yao et al. 2020)
- **Biais d'exposition et d'interprétation** : la vie des autres semble plus excitante, colorée alors que la nôtre est plus médiocre et ennuyeuse, générant de la comparaison sociale ascendante (Steers et al. 2014; Jan et al. 2017)
- **La comparaison sociale ascendante est un facteur de risque d'anxiété sociale** (McCarthy et al. 2020) et de **faible estime de soi** (Mitchel et al. 2014; Alfasi 2019; Midgley et al. 2021) qui elle-même est associée à plus d'anxiété sociale (van Tuijl et al. 2014; Fatima et al. 2017)

Yang F, Li M, Han Y. Whether and how will using social media induce social anxiety? The correlational and causal evidence from Chinese society. Front Psychol. 2023 Sep 29;14:1217415. doi: 10.3389/fpsyg.2023.1217415. PMID: 37842706; PMCID: PMC10570417.



Impact du genre et de la typologie d'usage

- Cohorte du Öckero project (3957 adolescents âgés de **12-13** ans)
- Usage des réseaux sociaux et jeux vidéo associés aux symptômes internalisés (plus fort impact des réseaux sociaux)
- **L'association entre usage de réseaux sociaux et symptômes internalisés uniquement chez les filles avec une progression curvilinéaire**
- Chatting et surtout présentation de soi associés positivement aux symptômes internalisés
- **La présentation de soi rendrait plus vulnérable aux comparaisons à soi, à ne pas recevoir de récompenses sociales espérée (likes/followers) et à la présence de « punisseurs » sociaux, ce qui amènerait à une perte d'estime de soi, du stress et de l'isolement social**

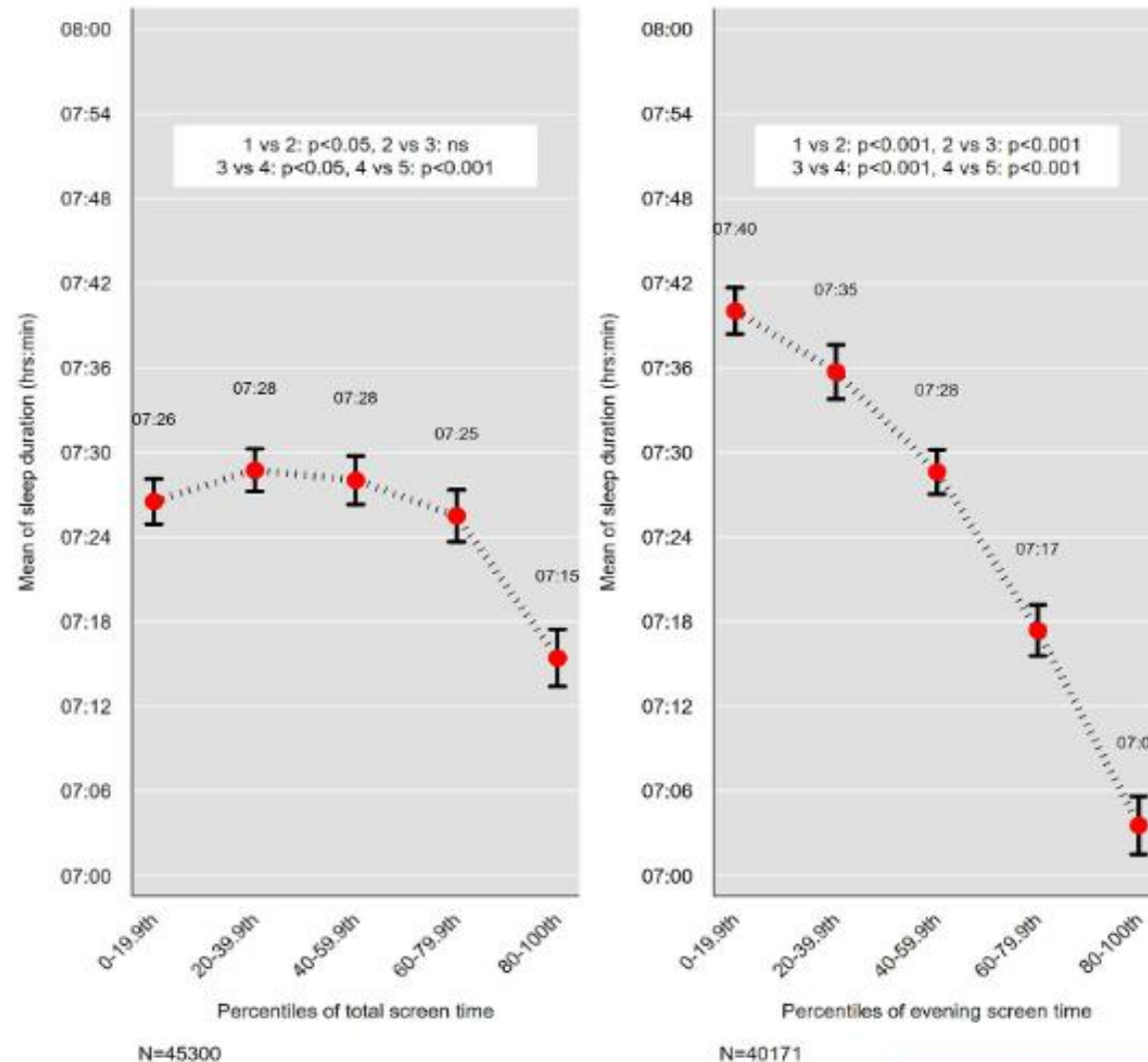
Svensson R. Johnson B and Olsson A. Does gender matter? The association between different digital media activities and adolescent well-being.
BMC Public Health (2022) 22:273

Usage des réseaux sociaux et dépression

Un lien débattu avec des résultats mitigés

- Majorité des études en population croisées retrouvent un impact négatif
- Pour les études prospectives, résultats plus contradictoires:
 - Association à plus de symptômes dépressifs, de troubles internalisés (Booker et al. 2018; Boers et al. 2019, Vannucci et al. 2019; Viner et al. 2019, Riehm et al. 2019, McNamee et al. 2021)
 - Absence de liens (Heffer et al. 2018; Jensen et al. 2019; Coyne et al. 2020, Beeres et al. 2021, Orben et al. 2019)
 - Dépression prédit une augmentation de l'usage des réseaux sociaux (Heffer et al. 2018, Puukko et al. 2020)

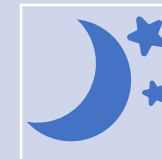
Sleep duration



Durée d'écran



Diminution temps de sommeil



Surtout quand utilisé le soir

Hjetland GJ, Skogen JC, Hysing M, Sivertsen B. The Association Between Self-Reported Screen Time, Social Media Addiction, and Sleep Among Norwegian University Students. *Front Public Health*. 2021 Dec 16;9:794307

Utilisation de média digitaux

- Coucher retardé
- Plus courte durée de sommeil
- Plus mauvaise qualité de sommeil

Smartphone

- Usage avant d'aller au lit et Notifications durant la nuit
- Coucher retardé, durée et qualité du sommeil, fatigue diurne

Réseaux sociaux

- Usage et Addiction associés à une plus mauvaise qualité de sommeil

Gaming

- Coucher retardé

Brautsch LA, Lund L, Andersen MM, Jennum PJ, Folker AP, Andersen S. Digital media use and sleep in late adolescence and young adulthood: A systematic review. Sleep Med Rev. 2023 Apr;68:101742.

Aptitudes sportives

Volley-ball (usage réseaux sociaux vs vidéo (30 mn) avant séance d'entraînement)

- Impact sur la **prise de décision** sur les phases d'attaque et sur la qualité des passes
- Impact sur les **habilités visiomotrices** (temps de réaction)

Natation (protocole similaire, 8 semaines, 8-12 entraînements /sem)

- Seul le groupe contrôle progresse dans les différentes nages **en vitesse et en endurance**
- Seul le groupe contrôle améliore son **contrôle inhibiteur**

Fortes et al. 2021, 2021, 2022



IMPACT DE LA PRATIQUE ADDICTIVE

Au cours de l'année écoulée

De très rarement (1) à Très souvent (5)

Score de 6 à 30

A quelle fréquence avez-vous **passé beaucoup de temps à penser** aux réseaux sociaux ou à planifier leur utilisation?

A quelle fréquence avez-vous **senti une forte envie** d'utiliser les réseaux sociaux **de plus en plus**?

A quelle fréquence avez-vous utilisé les réseaux sociaux pour **oublier des problèmes personnels**?

A quelle fréquence avez-vous **essayé de réduire** l'utilisation des réseaux sociaux **sans succès**?

A quelle fréquence êtes-vous devenu **agité(e) ou troublé(e)** si on vous a **empêché d'accéder** aux réseaux sociaux?

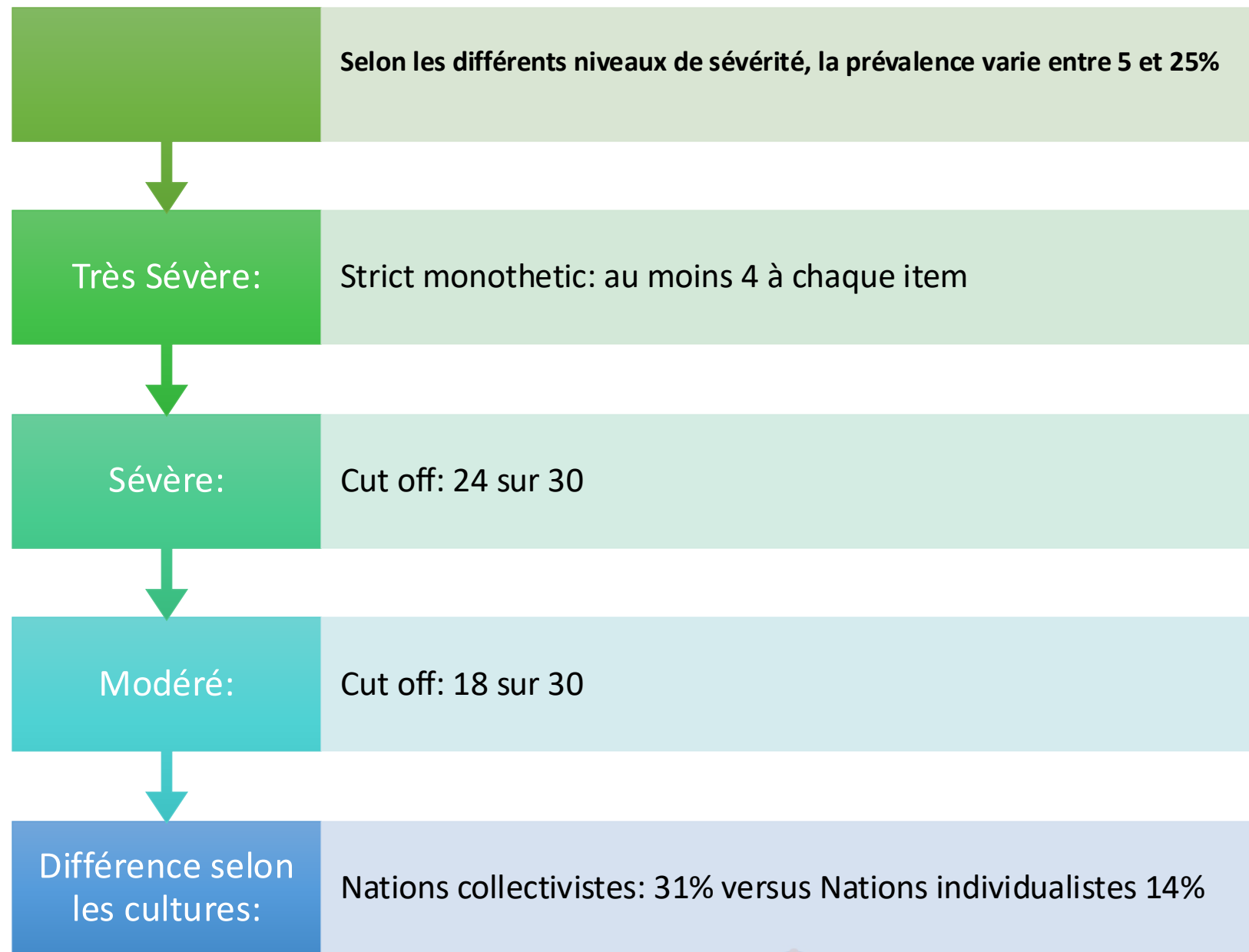
A quelle fréquence avez-vous tellement utilisé les réseaux sociaux que cela a eu un **impact négatif** sur votre **emploi/études**?

Échelle de Bergen sur l'addiction aux réseaux sociaux

Echelle de Bergen

Social Media Disorder Scale

Cheng C, Lau YC, Chan L, Luk JW. Prevalence of social media addiction across 32 nations: Meta-analysis with subgroup analysis of classification schemes and cultural values. Addictive behaviors (2021); 117



Chez les Adolescents

Les études longitudinales montrent que les adolescents avec addictions aux réseaux sociaux développeraient:

- Plus de **problèmes attentionnels et d'impulsivité** (Boer et al., 2020b; Thorell et al., 2022)
- De **moins bons résultats scolaires et une moins bonne satisfaction dans la vie** (van den Eijnden et al., 2018).

Des jeunes avec vulnérabilité seraient plus impactés par les réseaux sociaux de part leur plus grande préoccupation vis à vis des comportements de leurs pairs et des feedback sociaux (Armstrong-Carter et et al., 2023).

Un impact sur la santé mentale via l'addiction

- Etude sur TikTok
- 1345 adolescents 15ans
- Usage modéré non associé à des troubles
- **Addiction associée symptômes dépressifs, anxiété, solitude, mauvaise qualité de sommeil, mauvais résultats scolaires**

Chao M, Lei J, Jiang Y, Yang H. TikTok use and psychosocial factors among adolescents: Comparisons of Non-users, moderate users, and addictive users. Psychiatry Res.2023 Jul;325:115247



3^{ème} colloque régional ATNOA

Jeudi 14 novembre 2024



Qui?

- Les plus jeunes (début adolescence)
- Les femmes (Dailey et al., 2020)
- Des personnalités marquées par le neuroticisme (Huang, 2022), une plus faible capacité d'auto-contrôle (Leijse et al., 2023)
- Ceux avec le plus de problèmes psychosociaux (Boer et al., 2022)

Des règles parentales claires pourraient réduire le développement de ces pratiques (Koning et al., 2018), surtout si elles sont relayées dans un climat parental positif (Geurts et al., 2022).

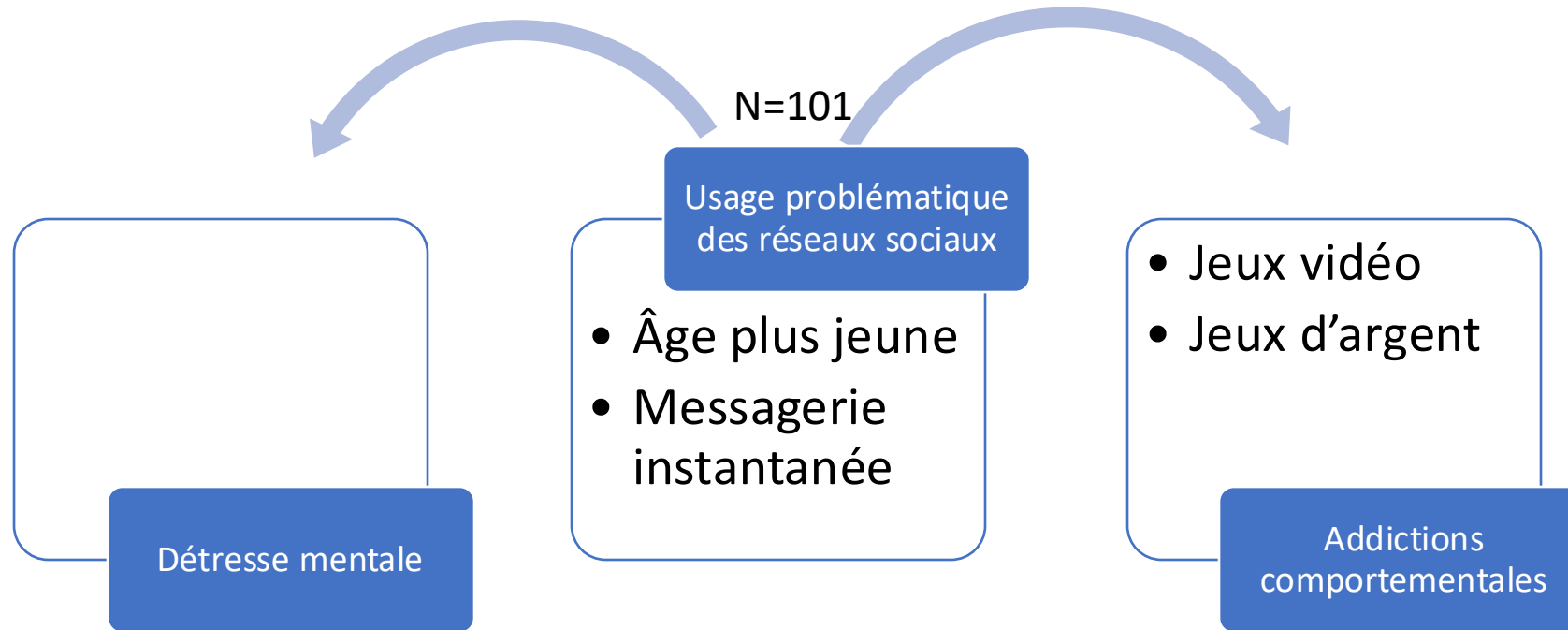
Pourquoi?

- **Passer le temps:** serait associé de manière robuste à la sévérité de l'addiction aux réseaux (Kircaburun et al., 2020).
- Le besoin de **réguler des émotions négatives** (Wartberg et al., 2021)
- Le besoin de **compenser des besoins personnels non complètement pourvus**, comme par exemple le besoin d'appartenance (Ostendorf et al., 2020), ou le desir d'approbation ou d'admiration (Casale & Banchi, 2020)

Ainsi, afin de remplir leurs besoins sociaux, de se sentir connectés et pour diminuer des sentiments négatifs, les adolescents semblent utiliser les réseaux sociaux d'une manière plus compulsive, augmentant le risque addictif.

ADDICTION ET DETRESSE MENTALE

N=2002 individus (16-80)



Henzel V, Hakansson A. Hooked on virtual social life. Problematic social media use and associations with Mental distress and addictive disorders. PLOS ONE, april 8, 2021

Facteurs de médiation de la relation dépression et réseaux sociaux

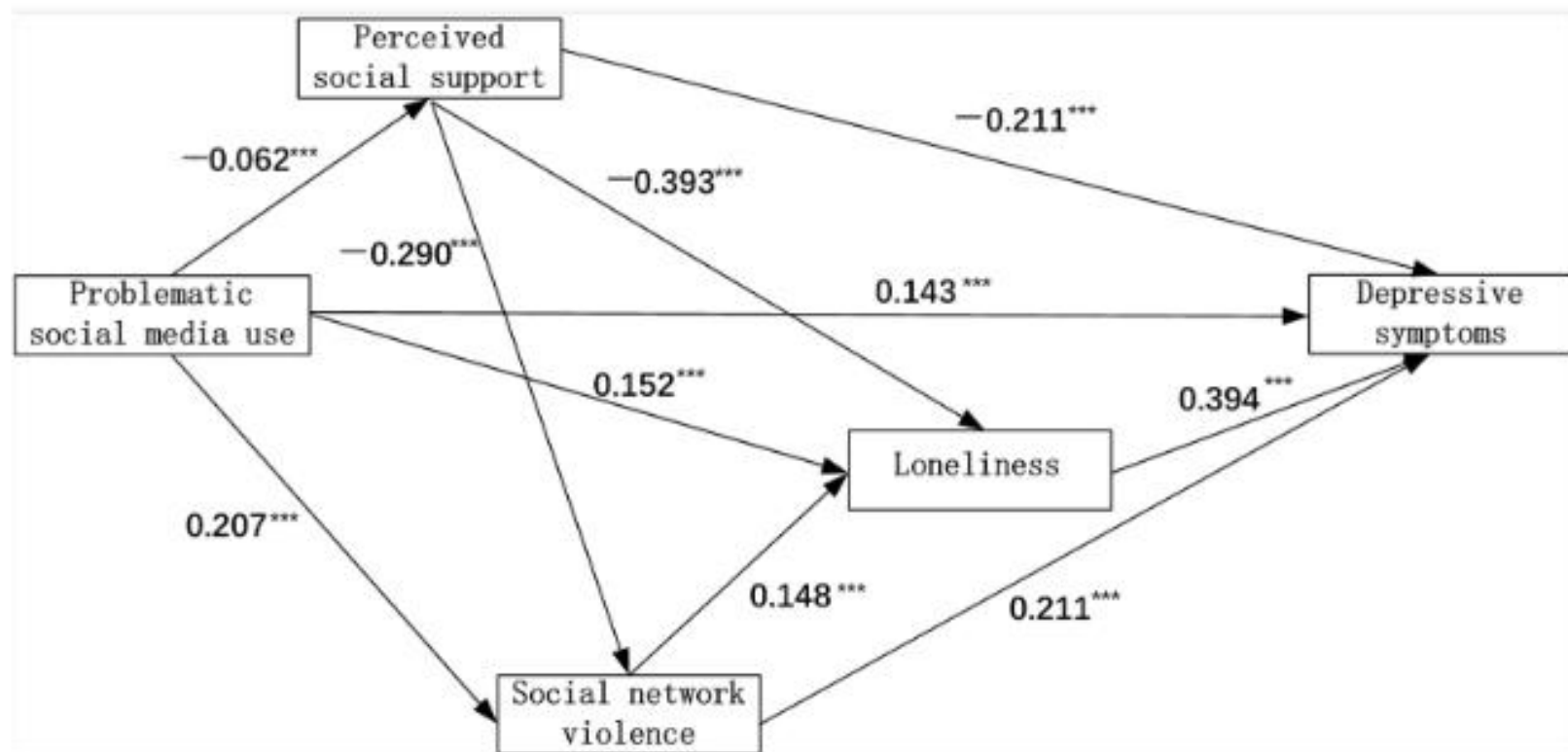


Figure 3. The mediating effects of perceived social support, social media violence, and loneliness on the associations between problematic social media use and depressive symptoms among college students in Shaanxi, China. (Sex and grade were adjusted in this mediation model. RMSEA = 0.065, GFI = 0.984, CFI = 0.982.). ***: $p < 0.001$.

Chen Y, Liu X, Chiu DT, Li Y, Mi B, Zhang Y, Ma L, Yan H. Problematic Social Media Use and Depressive Outcomes among College Students in China: Observational and Experimental Findings. *Int J Environ Res Public Health*. 2022 Apr 19;19(9):4937.



- Yoon S, Kleinman M, Mertz J, Brannick M. Is social network site usage related to depression? A meta-analysis of Facebook-depression relations. J Affect Disord. 2019 Apr 1;248:65-72.
- Dépression certes associée à la fréquence et au temps passé sur les réseaux sociaux mais surtout à la tendance à la comparaison sociale
- Cunningham S, Hudson CC, Harkness K. Social Media and Depression Symptoms: a Meta-Analysis. Res Child Adolesc Psychopathol. 2021 Feb;49(2):241-253.
- 62 études (N = 451, 229). Dépression faiblement associée au temps passé ($r = 0.11$). L'association avec l'usage problématique est plus forte ($r = 0.29$) et non pondérée par l'âge ou le genre

Table 2. Daily Social Media Use Characteristics

	Healthy controls (n = 123)	Depression (n = 73)	Anxiety disorders (n = 80)	
Variables	n (%)	n (%)	n (%)	P
Time spent on social media				
≤ 1 hour	36 (29.3)	20 (27.4)	14 (17.5)	.379
1-3 hours	59 (48.0)	34 (46.6)	45 (56.3)	
≥ 3 hours	28 (22.8)	19 (26.0)	21 (26.3)	
Number of times log-in to social media accounts				
≤ 10	92 (74.8)	55 (75.3)	48 (60.0)	.184
11-20	22 (17.9)	12 (16.4)	21 (26.3)	
≥ 21	9 (7.3)	6 (8.2)	11 (13.8)	
Ratio of time spent on social media/internet per day				
Less than half	31 (25.2)	18 (24.7)	14 (17.5)	.577
Almost half	34 (27.6)	20 (27.4)	18 (22.5)	
More than half	42 (34.1)	22 (30.1)	32 (40.0)	
Almost all	16 (13.0)	13 (17.8)	16 (20.0)	

Table 3. Group Comparison of SMAS Subdimensions and HADS Subtests

Variables	Healthy controls ¹ (n=123)	Depression ² (n=73)	Anxiety disorders ³ (n=80)	
SMAS	Median (IQR)	Median (IQR)	Median (IQR)	P
SMAS-S	29 (22-35)	33 (22-41)	35 (28-40)	<.001
SMAS-MM	10 (7-14)	13 (9-16.5)	13 (10-16.5)	<.001
SMAS-R	7(5-10)	10 (5-14)	10 (7-13)	<.001
SMAS-C	23 (20-32)	38 (23.5-50.5)	32 (26-41.5)	<.001
SMAS-Total	72 (57-88)	96 (61.5-120)	91 (73-105.5)	<.001
HADS-A	5 (3-6)	8 (7-10)	10 (10-12)	<.001
HADS-D	3 (1-4)	9 (8-10)	5 (3-7)	<.001

Pas de différence en termes de fréquence ou d'intensité d'usage
Plus d'addiction chez les dépressifs et les anxieux

Şentürk E, Geniş B, Coşar B. Social Media Addiction in Young Adult Patients with Anxiety Disorders and Depression. Alpha Psychiatry. 2021 Sep 1;22(5):257-262.

Les bienfaits de l'arrêt

- Les études récentes montrent que **l'abstinence temporaire** d'usage de réseaux sociaux est associée à des effets mentaux bénéfiques, tels que la **réduction du stress et l'amélioration du bien-être** (Fioravanti et al. 2020, Hunt et al. 2018, Turel et al. 2018, Whelan 2020)

MERCI POUR
VOTRE ATTENTION

