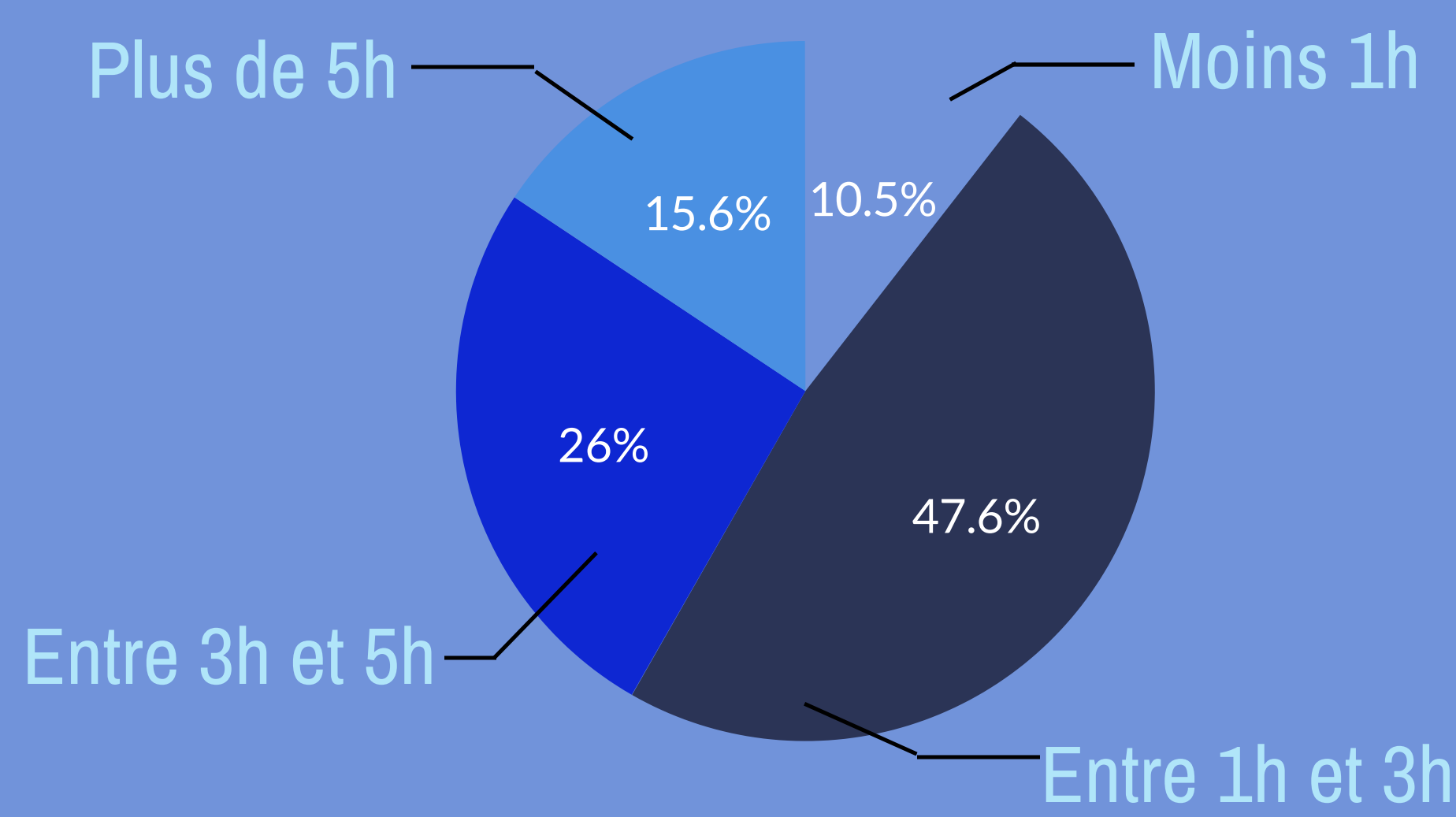


Utilisation problématique de Facebook

Quel rôle joue l'attachement et la recherche de *Likes*?

Une étude québécoise effectuée auprès d'un échantillon de 2758 adolescents et jeunes adultes ayant en moyenne 20 ans.

Utilisation quotidienne de Facebook



Utilisation problématique de Facebook

Utilisation compulsive

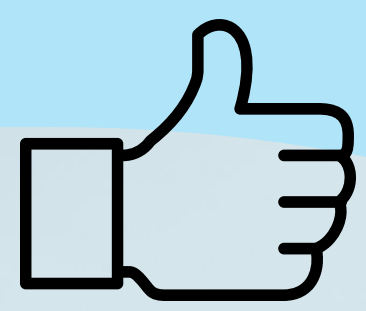
Effets négatifs sur les activités quotidiennes
Impression de perte de contrôle
Symptômes émotionnels de sevrage

Attachement

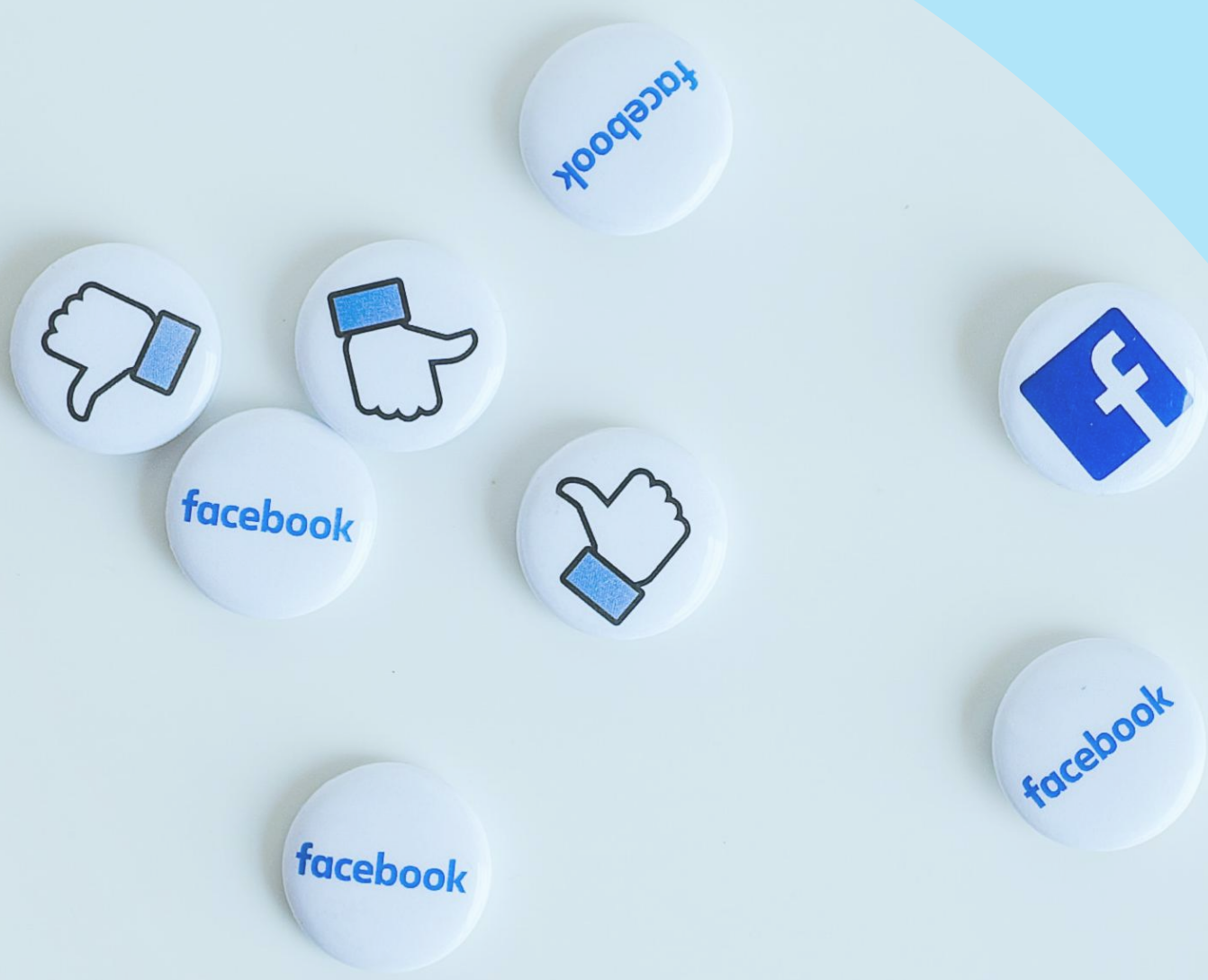
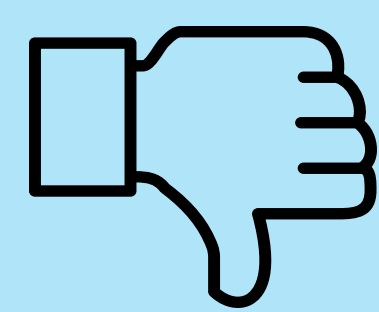


Comment êtes-vous en relation?

Anxiété d'abandon : désir élevé d'intimité, crainte de perdre l'autre.
Évitement de l'intimité : inconfort avec les rapprochements affectifs, indépendance, distance émotionnelle.

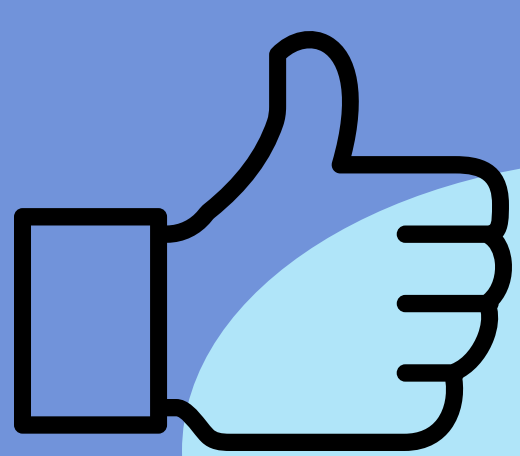


L'attachement et l'utilisation problématique de Facebook



Évitement de l'intimité **élevé** + Anxiété d'abandon **faible** =
Utilisation problématique de Facebook
Distance créée par les interactions en ligne pourrait permettre aux individus évitants d'avoir des contacts sans perdre leur indépendance.

Évitement de l'intimité **faible** + Anxiété d'abandon **élevée** =
Utilisation problématique de Facebook
Interactions en ligne pourraient permettre aux individus anxieux de répondre à leur besoin de validation et de connecter avec les autres même à distance.

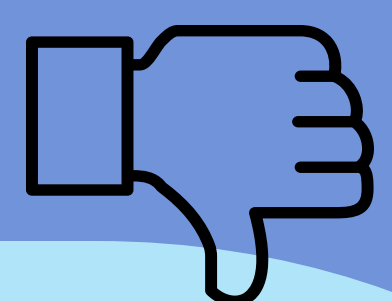


Mention *Likes* : démontre l'appréciation d'une publication.

Comportements de recherche des *Likes* : vérification à répétition du nombre de *Likes* et bonification du profil pour en avoir davantage.



L'attachement et la recherche de *Likes*



Évitement de l'intimité **élevé** +
Anxiété d'abandon **faible** =
Comportement de recherche de *Likes*

La recherche de *Likes* pourrait être une stratégie pour recevoir de l'attention et créer des interactions avec les autres sans craindre une trop grande proximité émotionnelle.

Anxiété d'abandon **élevée** =
Comportement de recherche de *Likes*

Peu importe le niveau d'évitement de l'intimité, les individus anxieux pourraient tenter d'améliorer la vision négative qu'ils ont d'eux-même via les marques d'approbation *Likes* des autres.

Pour citer cette capsule :
Gosselin, C., Daspe, M-É., Lussier, Y., Giroux-Benoît, C., Vaillancourt-Morel, M.-P. (2020).
Capsule infographique : Utilisation problématique de Facebook: Quel rôle joue l'attachement et la recherche de *Likes*? Laboratoire de recherche de la vie sexuelle et intime (SAIL Lab), Université du Québec à Trois-Rivières, Trois-Rivières, Qc.

Pour en savoir plus :
Article: *Addiction Research & Theory*, Vaillancourt-Morel et al. (2019)
<https://doi.org/10.1080/16066359.2019.1672667>
SailLab.ca - SailLab@uqtr.ca

