

# Instagram, influence et régime alimentaire : le cas du véganisme

30 septembre 2024

Quelle influence les réseaux sociaux exercent-ils sur les conduites effectives de consommation ? Un courant de la psychologie tente d'objectiver cette question (voir [une revue de littérature](#)). Pour tester les mécanismes opérants, un article paru en juin 2024 dans *Appetite* s'appuie sur un corpus de posts sur Instagram mentionnant le véganisme. La première partie décrit « l'environnement informationnel » que constitue Instagram. Quatre « communautés » se dégagent, autour des thèmes de l'alimentation, de la photographie, du style de vie « santé/fitness » et des cosmétiques (figure).

Réseau de co-occurrence des hashtags



Source : *Appetite*

Les enjeux de bien-être animal sont très minoritaires. Une « analyse de tonalité » confirme la prédominance des registres de l'enthousiasme et de l'inspiration. La deuxième partie de l'article s'intéresse aux liens entre consultations de l'application et intentions de changer de régime alimentaire. L'exposition passive orienterait les décisions *via* des mécanismes d'identification (comment on se reconnaît dans un post). En revanche, la « pression des pairs » jouerait peu.

Source : [Appetite](#)