

UNIVERSITÉ DU QUÉBEC À MONTRÉAL

IDENTITÉ, LESBIANISME, RÉSEAUX SOCIONUMÉRIQUES :
ÉTUDE DES USAGES DE FACEBOOK DES
JEUNES LESBIENNES MONTRÉALAISES FÉMINISTES

MÉMOIRE
PRÉSENTÉ
COMME EXIGENCE PARTIELLE
DE LA MAÎTRISE EN COMMUNICATION

PAR
ANAÏS MAILLARD

OCTOBRE 2018

UNIVERSITÉ DU QUÉBEC À MONTRÉAL
Service des bibliothèques

Avertissement

La diffusion de ce mémoire se fait dans le respect des droits de son auteur, qui a signé le formulaire *Autorisation de reproduire et de diffuser un travail de recherche de cycles supérieurs* (SDU-522 – Rév.01-2006). Cette autorisation stipule que «conformément à l'article 11 du Règlement no 8 des études de cycles supérieurs, [l'auteur] concède à l'Université du Québec à Montréal une licence non exclusive d'utilisation et de publication de la totalité ou d'une partie importante de [son] travail de recherche pour des fins pédagogiques et non commerciales. Plus précisément, [l'auteur] autorise l'Université du Québec à Montréal à reproduire, diffuser, prêter, distribuer ou vendre des copies de [son] travail de recherche à des fins non commerciales sur quelque support que ce soit, y compris l'Internet. Cette licence et cette autorisation n'entraînent pas une renonciation de [la] part [de l'auteur] à [ses] droits moraux ni à [ses] droits de propriété intellectuelle. Sauf entente contraire, [l'auteur] conserve la liberté de diffuser et de commercialiser ou non ce travail dont [il] possède un exemplaire.»

REMERCIEMENTS

Ma gratitude et mes remerciements vont tout d'abord à **Mélanie Millette**. Mélanie est une directrice de recherche exemplaire en raison de son intelligence, son savoir, sa finesse d'esprit, mais aussi pour sa disponibilité, son écoute attentive et ses précieux conseils pour mener à bien l'ensemble de mes tâches académiques. Mélanie possède des qualités humaines exceptionnelles allant bien au-delà de ses responsabilités professionnelles. Pour toutes ces raisons, j'adresse un grand MERCI à Mélanie.

Ma reconnaissance toute particulière s'achemine ensuite à mes **participantes** pour leur confiance, pour l'intérêt porté à mon projet et pour le temps amputé à leur horaire. Sans votre engagement, mon projet n'aurait pu aboutir !

Ensuite, je tiens à remercier **Julien** qui me soutient depuis de nombreuses années. Merci pour ta positivité, ta fantaisie, ton profond soutien, tes projets fous et ton intelligence. Merci pour toutes nos discussions et pour ton ouverture d'esprit. Enfin, merci pour tes bons petits plats, sans cela, ce mémoire n'aurait pas pu aboutir. Poursuivons notre chemin !

MERCI à ma famille qui a élevé une féministe par mégarde. À mes parents, **Marlène** et **Philippe**, et à ma fratrie **Jonathan** et **Ophélie**, merci d'être une famille aimante et bienveillante. Une pensée toute particulière pour ma grand-maman **Frankline**, et à mes grands-parents disparus **Roger**, **Jacqueline** et **Guy**.

Enfin, MERCI à mes ami.e.s **Héloïse**, **Marie**, **Julie**, **Aurélie**, **Louise**, **Lydia**, **Léa**, **Noéline** et **Thaïb** pour votre sincère amitié.

TABLE DES MATIÈRES

TABLE DES TABLEAUX	vi
TABLE DES FIGURES	vii
RÉSUMÉ	viii
INTRODUCTION	1
CHAPITRE I	3
PROBLÉMATIQUE	3
1.1 <i>Contexte général</i>	4
1.1.1 La construction de la visibilité médiatique	4
1.1.2 La faible visibilité médiatique des lesbiennes	6
1.2 <i>Les plateformes sociales</i>	9
1.2.1 Du Web 2.0 au Web social	9
1.2.2 La popularité des RSN : le cas de Facebook	12
1.2.3 L'identité numérique	12
1.3 <i>L'identité des jeunes lesbiennes comme objet d'étude</i>	14
1.4 <i>Synthèse et questions de recherche</i>	16
1.5 <i>Objectifs de recherche</i>	17
CHAPITRE II	18
CADRE THÉORIQUE	18
2.1 <i>Les études féministes</i>	18
2.1.1 Des rapports de domination : le fondement du sexisme	19
2.1.2 Les luttes des femmes ou l'avènement du féminisme	20
2.1.3 Le féminisme de la troisième vague	21
2.1.4 Synthèse	24
2.2 <i>La sociologie des usages</i>	25
2.2.1 Définitions de l'usage	26
2.2.2 L'approche de l'appropriation	27
2.2.3 Les significations des usages	28
2.2.4 Synthèse	30
2.3 <i>Les études sur les stratégies de présentation de soi</i>	30
2.3.1 Le concept goffmanien	31
2.3.2 La présentation de soi appliquée aux réseaux sociaux	32
2.3.3 L'exposition de soi	33

2. 3. 4	Synthèse	34
2. 4	<i>Conclusion et opérationnalisation des concepts</i>	35
CHAPITRE III		37
MÉTHODOLOGIE		37
3. 1	<i>Le terrain : une stratégie de recherche qualitative</i>	37
3. 2	<i>La méthode ethnographique</i>	39
3. 3	<i>Sélection des participantes</i>	40
3. 3. 1	Profil des participantes.....	40
3. 3. 2	Recrutement des participantes.....	42
3. 4	<i>Les outils de collecte de données</i>	42
3. 4. 1	L'observation non-participante.....	43
3. 4. 2	L'entrevue semi-dirigée.....	44
3. 5	<i>L'analyse et l'interprétation des données</i>	46
3. 5. 1	La transcription des données.....	46
3. 5. 2	La réalisation de fiches de synthèse.....	47
3. 5. 3	Le codage des transcriptions	47
3. 6	<i>Considérations éthiques</i>	48
3. 7	<i>Conclusion</i>	48
CHAPITRE IV		50
L'IDENTITÉ DES JEUNES LESBIENNES FÉMINISTES		50
4. 1	<i>L'identité féministe et lesbienne</i>	51
4. 1. 1	Définition du lesbianisme	51
4. 1. 2	Définitions du féminisme	54
4. 1. 3	Les jeunes lesbiennes : quel(s) féminisme(s) ?	55
4. 1. 4	Synthèse	60
4. 2	<i>Analyse des usages de Facebook par les participantes</i>	61
4. 2. 1	Un usage ancré dans le quotidien	61
4. 2. 2	Les motivations de l'usage.....	62
4. 2. 3	Les types de contenu consommés	64
4. 2. 4	Synthèse	65
4. 3	<i>Conclusion</i>	66
CHAPITRE V		67
LES STRATÉGIES DE NÉGOCIATION IDENTITAIRE		67
5. 1	<i>Les composantes de l'identité numérique</i>	67
5. 1. 1	Le profil.....	68
5. 1. 2	La liste d'amies.....	70

5. 1. 3	Le degré de visibilité	72
5. 1. 4	Synthèse	74
5. 2	<i>Les pratiques de publication</i>	74
5. 2. 1	Les pratiques de publication sociales	75
5. 2. 2	Les pratiques de publications politiques	77
5. 2. 3	Les motivations de publications	87
5. 2. 4	Synthèse	91
5. 3	<i>Retour à la question de recherche</i>	91
CONCLUSION		93
ANNEXE A		96
ANNEXE B		97
ANNEXE C		100
BIBLIOGRAPHIE		101

TABLE DES TABLEAUX

<i>Tableau 1 : Descriptif des participantes interrogées</i>	41
---	-----------

TABLE DES FIGURES

<i>Figure 1 : Album des photos de voyage tiré du profil de Julie</i>	76
<i>Figure 2 : Album des photos de voyage tiré du profil de Helsa</i>	76
<i>Figure 3 : Album des photos de la Fierté tirée du profil de Julie</i>	78
<i>Figure 4 : Album des photos de la Fierté tirée du profil d'Helsa</i>	78
<i>Figure 5 : Publication issue du profil d'Alice</i>	79
<i>Figure 9 : Publication issue du profil de Julie</i>	83
<i>Figure 10 : Publication issue du profil de Rose-Anne</i>	83
<i>Figure 11 : Publication issue du profil de Daphné</i>	85
<i>Figure 12 : Publication issue du profil d'Alice</i>	85
<i>Figure 13 : Publication issue du profil d'Alice</i>	86
<i>Figure 14 : Publication issue du profil de Daphné</i>	86
<i>Figure 15 : Publication issue du profil de Laurence</i>	87

Note : L'utilisation du genre féminin a été adoptée afin de faciliter la lecture et n'a aucune intention discriminatoire.

RÉSUMÉ

Ce mémoire porte sur l'identité des jeunes lesbiennes féministes faisant usage de la plateforme sociale Facebook, dans un contexte sociétal hétéronormatif. Cette recherche a pour objectif d'étudier la présentation de soi sur Facebook à travers des stratégies (ou tactiques) de négociation identitaire en lien avec une orientation sexuelle et politique. Sur le plan théorique, nous mobiliserons les études féministes, la sociologie des usages et les études sur la présentation de soi. Ces champs de recherche sont pertinents pour penser la négociation identitaire et la présentation de soi des jeunes lesbiennes féministes en ligne. La méthodologie déployée dans le cadre de cette étude exploratoire est une stratégie qualitative d'inspiration nethnographique. Les résultats issus de l'observation non participante des profils Facebook et la réalisation d'entrevues semi-dirigées révèlent que les jeunes lesbiennes féministes façonnent leur identité numérique étant donné leur public et le contexte hétéronormatif, ce qui participe plus largement de leur « invention de soi » en lien avec leur orientation sexuelle (lesbienne) et politique (féministe) dans un contexte sociétal hétéronormatif.

Mots-clés : Facebook, Présentation de soi, Identité, Négociation identitaire, Féminisme, Lesbianisme, Hétéronormativité.

INTRODUCTION

Dans les sociétés contemporaines, les rapports entre les hommes et les femmes reposent sur un modèle binaire et hiérarchisé des êtres humains (Wittig 2013). En plus de produire de profondes discriminations sexistes, ce modèle normalise l'hétérosexualité et discrimine toutes autres formes de sexualités. À cet égard, les lesbiennes s'exposent à une double discrimination, liée à leur appartenance à la catégorie « femme » et à leur homosexualité. Cette double discrimination ainsi que l'absence de connaissance et de visibilité des réalités lesbiennes complexifient la construction de leur identité. Tout comme les jeunes hétérosexuelles, les lesbiennes ont besoin de modèle pour se construire afin que la méconnaissance et la stigmatisation du lesbianisme cessent de les conduire à interpréter leurs désirs et sentiments comme quelque chose de mal (Lebreton 2017). La visibilité lesbienne dans l'espace public et médiatique est plus récente et marginale que celle de leurs homologues masculins (Lebreton 2017, Chamberland 2017). Cependant, le contexte communicationnel et le développement des technologies de la communication participent au changement des conditions d'apparition publique des usagères (Cardon 2010). À ce titre, les plateformes relationnelles du Web constituent des espaces d'exposition foisonnante pour les personnes qui s'y engagent. Les utilisatrices de la Toile peuvent donc jouir d'une visibilité potentiellement massive et obtenir une portée médiatique, culturelle et politique au sein de l'espace public (Millette 2015). De ce postulat est né le désir de poursuivre cette étude et d'interroger

la présentation de soi des jeunes lesbiennes féministes sur Facebook à travers des stratégies (ou tactiques) de négociation identitaire en lien avec une orientation sexuelle et politique.

Le premier chapitre de ce mémoire contextualise et problématise notre étude en vue d'explicitier nos questions et objectifs de recherche. Le second chapitre présente les approches théoriques pertinentes pour penser notre objet et notre problématique de recherche. Le troisième chapitre expose et justifie la méthodologie adoptée pour la recherche. Le quatrième et le cinquième chapitre présentent respectivement les résultats de notre terrain et la mise en relation de ceux-ci avec les approches théoriques mobilisées pour notre étude. Enfin, nous exposons la conclusion de cette étude en stipulant ses limites et en ouvrant quelques pistes de réflexion nouvelles.

CHAPITRE I

PROBLÉMATIQUE

Ce chapitre présente la problématique de notre étude, c'est-à-dire la présentation de soi des jeunes lesbiennes féministes sur la plateforme Facebook, à travers des stratégies de négociation identitaire en lien avec leur orientation sexuelle et politique dans un contexte où l'hétérosexualité est la norme. La première partie établira le contexte général de la recherche en exposant la faible visibilité des lesbiennes dans les médias traditionnels et les origines de ce phénomène. La deuxième partie introduira les caractéristiques spécifiques des plateformes sociales et s'attardera au cas particulier de la plateforme la plus utilisée. La troisième partie présentera notre objet d'étude. Ensuite, nous soumettrons une synthèse de notre problématique afin de formuler notre question de recherche. Nous terminerons en exposant la pertinence communicationnelle de notre recherche.

1.1 Contexte général

La visibilité médiatique n'est pas offerte à tous les groupes sociaux. La visibilité homosexuelle grandissante dans les œuvres télévisuelles, cinématographiques et les Web séries québécoises est favorable à la reconnaissance de la diversité sexuelle (ex. des films : *Crazy* (Jean-Marc Vallée), *J'ai tué ma mère* (Xavier Dolan), *L'amour au temps de la guerre civile* (Rodrigue Jean)). Cette visibilité homosexuelle est abondamment masculine, alors que l'homosexualité féminine est moins visible (Goyette 2014 ; Lebreton 2017).

1.1.1 La construction de la visibilité médiatique

Les espaces médiatiques sont source de visibilité publique. En effet, les médias transforment les rapports entre l'espace et le temps en séparant la visibilité de la présence physique (Thompson 1995). Au travers de cette transformation de l'espace public, les médias permettent l'intégration d'un « savoir non-local pouvant être incorporé de manière réflexive dans le processus de formation de soi » (Ibid : 66). La couverture médiatique, et la visibilité qui en découle sont donc facteur de pouvoir symbolique puisqu'elles permettent de légitimer un sujet ou une revendication rendue visible, obtenant ainsi une forme de reconnaissance sociale du phénomène observable dans les médias (Koopmans 2004 ; Voirol 2005). L'avènement des plateformes d'expression de soi (Facebook, Twitter, Instagram, Tumblr, etc.), qui se sont greffées aux médias de masse traditionnels (télévision, presse écrite, radio), a multiplié les sphères publiques médiatiques disponibles pour la visibilité de personnes ou groupes aux identités non dominantes.

Cependant, les différentes sphères médiatiques, et les visibilités qu'elles permettent n'influencent pas avec le même impact la reconnaissance sociale et le potentiel d'émancipation d'un groupe social. Les médias de masse traditionnels sont plus

influent que les plateformes d'expression de soi (Goyette 2016). Cette influence des médias de masse traditionnels résulte entre autres de la pluralité des publics rejoints.

Les médias de masse traditionnels offrent aux groupes concernés de gagner en visibilité et en crédibilité en leur permettant de travailler leurs images et leurs discours (Ibid). Toutefois, la compétition est considérable au sein des médias de masse traditionnels puisque les messages véhiculés sont filtrés pour correspondre aux codes et aux symboles qui déterminent ce qui est digne d'être vu ou non (Voirol 2005). Les médias de masse traditionnels altèrent ou taisent les contre-discours des groupes marginalisés (Koopmans 2004) et les présentent comme des groupes déviants. La hiérarchisation de ce qui est médiatisable contribue par conséquent au maintien des discours dominants de la société occidentale contemporaine.

Toutefois, d'autres mécanismes favorisent la reconnaissance d'un groupe moins visible (Goyette 2016). Par exemple, la proximité d'un événement, le prestige de la porte-parole, la pertinence du litige et la visibilité sont différentes conditions nécessaires pour qu'un message soit entendu (Koopmans 2004). En ce sens, la visibilité du discours provoque une résonance chez les publics lui attribuant plus de pouvoir et permettant sa reprise par d'autres publics (ibid). Pour obtenir davantage de légitimité, la résonance du discours doit engager le soutien des publics, d'influenceurs ou des médias. Cette résonance permet d'installer un discours alternatif et de favoriser la reconnaissance et l'émancipation du groupe (Goyette 2016).

1. 1. 2 La faible visibilité médiatique des lesbiennes

Ces dernières décennies, la reconnaissance sociale et politique de l'homosexualité – qui se définit par le désir pour une personne de son propre sexe¹ (Wittig 2013 : 89) - a connu une progression importante grâce à la visibilité accrue des revendications LGBTQ+² (Lebreton 2017). Pourtant, la tuerie du 12 juin 2016 qui s'est produite dans une boîte de nuit LGBTQ+ d'Orlando aux États-Unis indique que les agressions et attaques homophobes en occident ne peuvent être considérées comme de l'histoire ancienne. Avec ses 49 morts et 53 blessés, ce crime homophobe est le plus grave de l'histoire américaine (New York Times, 2016).

Le concept d'homophobie est utilisé pour désigner les attitudes et les conceptions négatives à l'endroit de l'homosexualité (Borillo 2000). Bien que le concept d'homophobie soit le plus fréquemment utilisé pour exprimer la peur des personnes issues de la diversité sexuelle et les discriminations qui en découlent, il est souvent critiqué par la communauté scientifique qui lui allègue une portée limitée (Bastien-Charlebois 2011, Lebreton 2017). En effet, puisque la construction du terme « homo/phobie » caractérise les attitudes négatives dans une émotion de peur vive, elle confère une dimension individualiste de type psychologique au problème. L'usage de ce concept néglige donc une grande part du problème systémique. En individualisant le problème, le concept d'homophobie dépolitise le phénomène et ne remet en cause ni les structures d'organisation sociale de la sexualité ni les rapports de domination homme/femme.

¹ Wittig est une féministe matérialiste, ce qui justifie l'emploi du terme sexe. En effet, l'orientation sexuelle justifie l'attraction envers un sexe particulier et non envers un genre. Si l'homosexualité se définissait par le désir envers son propre genre, cela signifierait qu'une femme pourrait avoir des relations avec des femmes féminines, mais aussi avec des hommes féminins et inversement pour les hommes. À ma connaissance, il n'existe pas de terme pour définir ce concept, mais cette orientation sexuelle s'intègre théoriquement dans le spectre de la bisexualité et de la pansexualité.

² LGBTQ+ : Lesbienne, Gai, Biseuxuel.le, Transgenre, Queer et plus.

Afin d'interpréter les discriminations imposées aux personnes homosexuelles, non pas à partir de leur sexualité, mais de l'ordre social dominant qui organise la sexualité, des féministes lesbiennes proposent un nouveau concept dans les années 1980 : l'hétérosexisme. Ce concept aborde le phénomène avec une perspective différente du concept d'homophobie qui concentre l'attention sur les gestes négatifs et qui fait abstraction de ce qui les nourrit. Le concept d'hétérosexisme met, pour sa part, en évidence la dimension idéologique des attitudes négatives envers les personnes issues de la diversité sexuelle, en démontrant le statut dominant de l'hétérosexualité. L'hétérosexisme renvoie à l'ensemble des discours et des pratiques qui produisent et reproduisent la supériorité normative de l'hétérosexualité (Lebreton 2017). Les personnes issues de la diversité sexuelle sont considérées comme une menace envers les symboles dominants hétérosexuels organisés sous le principe directeur d'« ordre naturel » (Bastien-Charlebois 2011). Contrairement à l'homophobie, qui a un caractère individuel, l'hétérosexisme est systémique et s'intègre dans différentes dimensions de la société. Par exemple, les États participent à cette oppression en offrant des privilèges exclusivement aux couples hétérosexuels.

Au Canada, les couples de même sexe acquièrent progressivement, depuis les deux dernières décennies, des droits identiques à leurs homologues hétérosexuels³. Bien que l'on assiste incontestablement à une transformation des représentations de l'homosexualité qui donne globalement lieu à une meilleure tolérance, le système hiérarchise encore les catégories « hétérosexuel » et « homosexuel » (Wittig 2013). Le concept d'hétérosexisme permet de porter attention aux dimensions idéologiques, institutionnelles, politiques et structurelles soutenant la hiérarchie des orientations sexuelles (Bastien-Charlebois 2011). Cependant, le concept d'hétérosexisme ne permet pas d'analyser les fondements de la hiérarchisation des sexualités.

³ En 1999, la Cour suprême du Canada fait en sorte que les couples homosexuels soient inclus dans les unions de fait. En 2013, le don de sang par des personnes homosexuelles est autorisé à condition de n'avoir eu aucun rapport sexuel homosexuel dans les cinq dernières années.

Le concept d'hétéronormativité examine les fondements de l'infériorisation des sexualités non hétérosexuelles et des genres non conventionnels au travers des gestes et des discours du quotidien, qu'ils soient positifs ou négatifs (Bastien-Charlebois 2011). Cette notion, inspirée du modèle de Butler (2005), montre l'impératif de cohérence entre le sexe conçu comme « femelle » ou « mâle », le genre présenté comme « féminin » ou « masculin » et le désir qui est complémentaire et surtout hétérosexuel. Cette combinaison, considérée comme idéale, discrédite les personnes au sexe « ambigu », au genre non-binaire et à l'orientation non hétérosexuelle. De ce fait, les normes traditionnelles liées à l'expression de la masculinité et de la féminité attachées au sexe anatomique de naissance engendrent des discriminations et entravent la reconnaissance et l'acceptation sociale des personnes LGBTQ+. Le contexte hétéronormatif impose l'hétérosexualité comme unique orientation sexuelle raisonnable et positionne toutes autres formes de sexualité au rang inférieur (Wittig, 2013). Ce concept stipule que la norme est vectrice de pouvoir et que l'hétéronormativité est une pratique discursive du pouvoir à l'échelle des interactions (Bastien-Charlebois 2011).

En tant que femmes et homosexuelles, les lesbiennes ont historiquement évolué avec les mouvements féministes et homosexuels. Néanmoins, elles n'y ont que récemment trouvé leurs places étant donné l'hétéronormativité et l'homophobie présente durant longtemps dans les mouvements féministes et l'accent porté à la lutte contre la domination masculine et le patriarcat au sein des groupes LGBTQ+ (Chetcuti et Michard 2003 ; Wittig 2013). Les lesbiennes sont, par conséquent, sous-représentées au sein des groupes féministes et homosexuels. Cette sous-représentation est particulièrement problématique lorsque l'on considère l'importance de l'apparition dans l'espace public pour l'existence, l'identité et la légitimité sociale (Goyette, 2016).

En examinant les trois concepts, nous constatons que l'homophobie, qui se manifeste par des actions et discours individuels et psychologiques permet de comprendre et de

rendre visible les discriminations à l'égard des lesbiennes. L'hétérosexisme systémique, soutenu notamment par les lois, influence partiellement la faible visibilité lesbienne dans le paysage médiatique traditionnel, mais participe du contexte social et culturel dans lequel cette visibilité s'inscrit. Le concept d'hétéronormativité qui normalise l'hétérosexualité dans la culture occidentale permet de penser la faible visibilité des revendications lesbiennes dans les médias traditionnels et les enjeux de pouvoir associés. Or, comment se négocie la présentation de soi des personnes de la diversité dans un tel contexte (homophobe, hétérosexiste et hétéronormatif), spécialement dans les espaces en ligne comme Facebook, qui permettent une certaine mise en scène de soi ?

1. 2 Les plateformes sociales

Dans la partie précédente, nous avons mis en évidence l'homophobie, l'hétérosexisme et l'hétéronormativité omniprésente dans les médias de masse traditionnels et la faible visibilité des lesbiennes qui en découle. Dans cette partie, nous montrerons que les plateformes sociales sont des sphères médiatiques alternatives aux médias de masse traditionnels qui peuvent partiellement contrer la faible visibilité des identités non conventionnelles et leurs revendications particulièrement évaporées du paysage médiatique traditionnel.

1. 2. 1 Du Web 2.0 au Web social

Le « Web 2.0 » renvoie au concept proposé par Tim O'Reilly et John Battelle et désigne l'ensemble des techniques, des fonctionnalités et des usages qui ont fait suite à la forme originale du Web. Le « Web 2.0 » se caractérise par la simplicité et l'interactivité, c'est-à-dire que les utilisatrices peuvent plus facilement échanger,

participer et s'approprier les nouvelles fonctionnalités du Web, peu importe leurs niveaux de connaissances techniques. De notre point de vue, le niveau de compétence a encore un impact sur les possibilités offertes aux usagères. Par ailleurs, l'usage du terme « Web 2.0 » implique un avant (le Web 1.0) et un après (le Web 3.0). Selon nous, le Web a évolué pour devenir social, mais il ne s'est pas radicalement transformé en supprimant les spécificités du Web dit 1.0. De plus, l'usage du terme « Web 2.0 » pour sa connotation technique exclurait les modifications économiques et socioculturelles impliquées par le Web social (Proulx, 2012).

Pour notre recherche, nous utiliserons donc le terme « Web social » afin de refléter ce point de vue sociotechnique. Selon Millerand, Rueff et Proulx, le Web social possède cinq caractéristiques spécifiques (2010 : 15-16). La première caractéristique fait référence à la capacité créative dans le cadre des usages. Autrement dit, les usagères sont libres de créer, de remixer et de partager du contenu. Le principe d'UGC – *User Generated Content* – fait allusion à la création et la diffusion de contenu directement par les usagères. La seconde caractéristique renvoie à l'accessibilité et à la maniabilité du Web social. Les dispositifs offrent une facilité d'usage qui ne requière pas de compétences préalables pour s'approprier les technologies de l'information et de la communication (Proulx, 2005). La troisième caractéristique relève de la collaboration facilitée entre les usagères du Web social et renvoie à l'idée que des liens opportunistes se créent sans appartenance communautaire préalable et surtout sans nécessaire intention collective (Millerand, Rueff et Proulx, 2010 : 15). La quatrième caractéristique correspond au modèle économique du Web social. La première source de valeur économique provient du grand nombre de contenus mis en ligne par les utilisatrices. En ce sens, les plateformes sociales acquièrent leurs principaux bénéfices financiers grâce à la contribution des utilisatrices. Ce modèle économique est au cœur du fonctionnement du capitalisme informationnel. La cinquième et dernière caractéristique du Web social fait référence à la pluralité des pratiques et d'outils

techniques disponibles. L'ensemble de ses dispositifs est souvent appelé « médias sociaux ».

Les médias sociaux sont des « supports médiatiques logiciels permettant aux usagères de maintenir une présence, de communiquer et d'interagir en ligne » (Proulx, Millette et Heaton 2012 : 4). Le terme média est utilisé pour référer aux dispositifs rendant possibles les échanges interactifs et la communication, tandis que le terme « social » est utilisé pour stipuler le rôle de productrice-utilisatrice (*producer*) des usagères de ses plateformes. Les contenus produits et diffusés par les usagères sont fondateurs du fonctionnement de ces plateformes. En ce sens, les médias sociaux regroupent des sites et des plateformes du Web social construit autour d'une « logique de participation et d'une mobilisation massive des internautes », qui délègue aux usagères la création et la mise en visibilité du contenu présent sur ces espaces numériques (Coutant et Stenger 2011 : 11).

Les médias sociaux regroupent des applications et des dispositifs très vastes incluant les réseaux socionumériques (Denouël 2010). Le terme « réseaux sociaux » est souvent employé pour désigner les « réseaux socionumériques » (ci-après, nommé RSN). Pourtant, les « réseaux sociaux » recouvrent un éventail plus large de relations sociales en face à face ou à distance, préexistantes à Internet. Les premiers réseaux socionumériques voient le jour au milieu des années 1990 lors de la diffusion de nouveaux outils de communication au grand public. La plateforme Sixdegrees, lancée en 1997, est considérée comme le premier réseau socionumérique puisqu'elle propose aux utilisatrices de se créer un profil, de se constituer une liste d'amies et de naviguer de profil en profil (Denouël 2010 : 10).

Les RSN ont acquis le statut de dispositifs de masse qu'à partir de la diffusion du Web social (Denouël 2010). Parmi les centaines de RSN qui ont vu le jour, Facebook est un cas particulièrement intéressant puisqu'il détient tous les records relatifs aux statistiques d'usages mensuels mondiaux.

1. 2. 2 La popularité des RSN : le cas de Facebook

Facebook est un réseau social lancé en 2004 par des étudiants de l'université d'Harvard et réservé jusqu'en septembre 2006 aux étudiantes de cette université (Proulx et Choon 2011). Entre 2004 et 2006, le réseau regroupe des photos d'étudiantes prises en début d'année universitaire tel un trombinoscope. Depuis l'ouverture de la plateforme au grand public en 2006, le réseau social est devenu le plus important réseau socionumérique au monde. La plateforme permet aux utilisatrices d'entrer des informations personnelles et d'interagir avec d'autres utilisatrices. Facebook développe de nombreuses fonctionnalités visant à rendre le réseau toujours plus attrayant. Chaque utilisatrice peut, entre autres, consulter des listes d'amies, s'inscrire sur des groupes, aimer du contenu ou des pages, consulter son fil d'actualité, regarder des photos et les activités sur les murs de ses amies ou encore rédiger des messages privés et clavarder (écrits et vidéos).

Les 18-34 ans représentent 37.9 % de la population active sur Facebook (Cefrio 2015). Les personnes de cet âge sont les plus présentes sur la plateforme (Ibid). Les chiffres sont encore plus importants lorsque l'on étudie les usages de Facebook par les Canadiennes de cette tranche d'âge. En effet, les principales utilisatrices de Facebook au Canada sont les 20-39 ans et incluent 23 % d'utilisatrices s'étant identifiées de sexe féminin et 24 % d'utilisateurs s'étant identifiés de sexe masculin (Kap-numérique, 2016). Ces chiffres démontrent une présence relativement égale des jeunes hommes et des jeunes femmes canadiennes de cette tranche d'âge sur la plateforme.

1. 2. 3 L'identité numérique

En fréquentant les réseaux socionumériques, les usagères disposent de trois composantes principales, qui caractérisent et contribuent à leur identité numérique (boyd et Ellison 2007).

La première composante de l'identité numérique sur les réseaux socionumériques est le profil (boyd et Ellison 2007). Le profil correspond à la page personnelle des usagères où paraissent des éléments primaires de l'identité tels que l'âge, la profession, le sexe, la situation amoureuse et géographique. Ces pages sont généralement créées activement et consciencieusement par les usagères puisque les éléments sont rendus visibles à leurs audiences. La construction d'un profil est donc un acte explicite de l'écriture de soi (boyd 2007). Ils sont aussi un lieu privilégié pour partager et converser. Les usagères n'ont cependant pas un contrôle absolu de leur profil et des informations publiées à leur égard puisque les commentaires et l'identification par les pairs (*tagging*) sont des pratiques courantes et visibles sur les profils des usagères. Certaines plateformes offrent toutefois la possibilité d'approuver préalablement la publication, les tags et commentaires des pairs.

La seconde composante fait référence à la liste d'amies (boyd et Ellison 2007). Les amies sont nécessairement des usagères inscrites sur une plateforme commune. Chaque profil est articulé à une liste d'amies, visible par les personnes ayant la permission. La sélection des amies se constitue, bien souvent, en fonction des bénéfices d'inclure ou d'exclure des personnes de son réseau. Certaines utilisatrices choisissent de rendre leurs profils plus accessibles afin d'avoir un plus grand auditoire tandis que d'autres préfèrent restreindre leur nombre d'amies à une sphère de proches.

Enfin, la troisième composante contribuant à l'identité numérique est le degré de visibilité du profil (boyd et Ellison 2007). La plupart des réseaux sociaux fournissent une variété d'outils comme le mur dans Facebook ou les commentaires pour supporter les interactions publiques, semi-publiques ou privées entre les participantes. Le degré de visibilité est déterminé par la plateforme, c'est-à-dire par la capacité à naviguer de profil en profil, mais aussi par le degré d'accessibilité du profil, choisi par l'usagère. En ce sens, les échanges publics et semi-publics sur les réseaux sociaux ne sont pas seulement des dialogues entre deux interlocutrices. Chaque activité ordinaire d'une

usagère sur un profil donne lieu à des interactions auxquelles l'auteure choisit ou non de participer (boyd 2007). Les profils sont ainsi évalués sur une échelle allant du plus « centré sur soi » au plus tourné vers les autres (Coutant et Stenger 2011). L'aspect interactif de la définition de soi est donc primordial dans le processus de construction personnelle.

Ces trois composantes du profil sont repérables sur la plupart des réseaux sociaux (Facebook, YouTube, Instagram, etc.). La multiplication du nombre de plateformes engendre donc des pratiques répétitives de présentation de soi puisque les usagères doivent remplir des formulaires d'inscription, partager, aimer du contenu, et ajouter des commentaires pour être visibles sur chacune des plateformes qu'elles utilisent. Les éléments formels d'une page sont identiques pour chacune des utilisatrices et créent une structure identitaire commune. Ainsi, l'usagère négocie son individualité tout en se conformant aux exigences de la plateforme.

1.3 L'identité des jeunes lesbiennes comme objet d'étude

L'identité constitue l'un des thèmes majeurs des études sur les réseaux sociaux numériques (Cardon 2008). L'identité en ligne apparaît comme un immense « bazar » étant donné le nombre d'informations issues de l'écriture de soi (Ibid). Les plateformes relationnelles constituent des espaces d'exposition offrant plusieurs possibilités pour les personnes qui s'y engagent.

L'identité numérique englobe de multiples facettes identitaires qui s'expriment à travers différentes composantes de l'écriture du soi telles que l'expression de soi, la présence en ligne, la visibilité et les traces (Coutant et Stenger 2013). La notion d'identité numérique est donc très ambiguë puisqu'elle doit être étudiée au travers des différents facteurs qui la composent. Différentes définitions de l'identité numérique existent. Elles renvoient d'une part à un travail expressif à travers lequel les individus

performent leurs identités au moyen des dernières technologies numériques (Allard et Blondeau 2007). En ce sens, l'utilisation des médias sociaux permet la réalisation et la mise en ligne de contenus plus ou moins personnels et singuliers. L'identité en ligne s'inscrit d'autre part dans une logique de mise en visibilité qui peut prendre différents formats. Plusieurs formes de mises en visibilité varient entre les pôles « cacher » / « montrer » où les utilisatrices mettent en place des stratégies d'ajustement et de distance par rapport aux plateformes pour façonner leur identité (Cardon 2008). Parallèlement, l'identité numérique se rattache à des pratiques relationnelles orientées dans le but d'élargir un cercle de relations en ligne, mais aussi hors ligne. Les utilisatrices de la Toile jouissent d'une visibilité potentiellement massive et peuvent ainsi obtenir une portée médiatique, culturelle et politique au sein de l'espace public (Millette 2015).

Pour façonner leurs identités numériques, les usagères s'engagent dans une démarche de présentation de soi. Le processus de présentation de soi relève de l'identité numérique et est défini par des signes observables posés par les utilisatrices dans le but d'apparaître tels qu'elles le désirent (Georges 2010). Les usagères sont caractérisées d'une part en fonction de leur état civil (sexe, âge), mais aussi en fonctions d'autres informations moins stables qui sont des indices pour la promotion identitaire des individus (intérêts, humeur, opinion). À travers ce second type d'informations, les usagères peuvent détraditionnaliser les rôles et les modèles sociaux en s'attardant à l'« invention de soi » (Allard et Blondeau 2007). Pour ce faire, elles peuvent utiliser des tactiques afin de s'approprier des créations des grandes technocraties, résister aux offres des produits culturels des industries de consommation et s'opposer à l'idéologie dominante qu'il leur est imposé (Granjon 2005). Les usagères peuvent ainsi démontrer leurs capacités créatives, en s'appropriant les produits de l'industrie culturelle. En ce sens, le processus de présentation de soi s'inscrit dans un agencement machinique d'éléments de soi qui s'entremêle de données textuelles, visuelles et sonores (Allard et

Blondeau 2007) qui permettent d'invalider les codes dominants de la société, facilement compréhensible pour un public peu averti.

La présentation de soi dans un contexte en ligne engendre donc de nouveaux enjeux culturels. Il s'agit d'un travail identitaire de tous les jours qui constitue, en partie, l'identité numérique. En mettant en relation ces différentes pratiques, nous souhaitons interroger plus largement les stratégies mises en œuvre par les lesbiennes pour se présenter et pour se construire avec les réseaux socionumériques.

1.4 Synthèse et questions de recherche

Les médias de masse traditionnels sont source de visibilité publique. Ils peuvent influencer la reconnaissance sociale des publics représentés. La compétition pour y apparaître est féroce. Les médias traditionnels impactent davantage la visibilité publique d'un groupe que les plateformes sociales. Toutefois, les médias sociaux sont construits autour d'une logique de participation et de mobilisation massive des internautes. Les réseaux socionumériques sont les opérateurs centraux de la mise en visibilité des individus sur la Toile (Cardon 2008). Par exemple, Facebook est un espace d'exposition très vaste pour les usagères à travers la mise en ligne de contenus plus ou moins personnels publiés sous différents formats (textes, photos, vidéos). Les jeunes internautes québécoises utilisent Internet comme un médium pour les interactions sociales, la recherche, le partage d'idées et de photographies, la création artistique ou encore pour le *blogging* (Dowdell et al., 2011). Étant donné leur grande présence sur les réseaux socionumériques, les 18-34 ans sont un groupe pertinent pour l'étude de la présentation de soi dans un contexte en ligne.

Étant donné la mise en visibilité homosexuelle abondamment masculine dans les médias de masse traditionnels, les lesbiennes féministes qui souhaitent gagner en visibilité et en reconnaissance pour détourner l'hétéronormativité omniprésente

peuvent utiliser les réseaux socionumériques en guise d'alternative pour obtenir une portée médiatique, culturelle et politique.

Cette étude cible donc le cas particulier des jeunes lesbiennes féministes. Ce choix nous semble judicieux étant donné la forte présence de ces jeunes femmes sur Facebook. De plus, leur place de femmes et de lesbiennes leur attribue une position spécifique dans le contexte hétéronormatif actuel qui nous permettra d'étudier leur engagement féministe de lutte contre les rapports de dominations. Enfin, leur situation géographique montréalaise nous permettra de les rencontrer en personne pour la tenue des entrevues.

Conséquemment, notre question principale de recherche sera : compte tenu du contexte social hétéronormatif, comment les jeunes lesbiennes féministes négocient-elles leur présentation de soi sur Facebook en lien avec leur orientation sexuelle et politique ?

1.5 Objectifs de recherche

Notre recherche répond à un triple objectif :

- (1) Décrire l'identité des jeunes lesbiennes féministes ;
- (2) Analyser le processus de présentation de soi des jeunes lesbiennes féministes sur Facebook ;
- (3) Comprendre comment l'usage de Facebook dans la vie quotidienne participe d'une négociation identitaire des jeunes lesbiennes féministes dans un contexte hétéronormatif.

CHAPITRE II

CADRE THÉORIQUE

Ce chapitre expose le cadre conceptuel de notre recherche qui se situe au croisement des études féministes, de la sociologie des usages et des travaux sociologiques sur le processus de présentation de soi en ligne. Les études féministes permettront de réfléchir à la place de la « femme » et de la « lesbienne » dans notre société hétéronormative. Grâce à la sociologie des usages, nous explorerons spécifiquement ce qu'elles font avec l'objet et dispositif technique Facebook. Enfin, les études sur le processus de présentation de soi nous permettront de mieux comprendre la mise en scène de soi des usagères sur les réseaux sociaux.

2.1 Les études féministes

Le féminisme renvoie à « un mouvement social qui a pour objectif l'émancipation de la femme, l'extension de ses droits en vue d'égaliser son statut avec celui de l'homme, en particulier dans le domaine juridique, politique et économique » (CNRTL 2012 : s.p.). En ce sens, une féministe est une personne qui lutte pour les droits des femmes, mais aussi plus largement contre les rapports de dominations existants dans la société.

2. 1. 1 Des rapports de domination : le fondement du sexisme

Husson argumente que les deux récits fondateurs de notre culture occidentale sont *Les Travaux et les Jours* d'Hésiode et le *Livre de la Genèse* dont la rédaction des passages les plus anciens date du VIII^e siècle avant l'ère chrétienne. Tous deux présentent la création des premières femmes de l'humanité : Pandore et Ève (Husson 2016 : 5). Dans *Les Travaux et les Jours*, Pandore est présentée comme étant à l'origine des malheurs du monde puisque sa curiosité l'a menée à ouvrir la jarre d'Épiméthée, l'homme à qui elle appartient, pour connaître ce qu'elle contient, et répand ainsi tous les maux — la vieillesse, le travail, la maladie, la folie, le vice et la passion — sur Terre. Pour sa part, Ève est tenue responsable d'avoir bravé l'interdiction de goûter au fruit défendu de l'arbre de la connaissance et d'avoir incité Adam à en faire autant. Dans ces récits, toutes deux sont responsables de tous les malheurs du monde et chacune est punie. Leurs fautes se répercutent directement sur leurs compagnons qui sont accusés de ne pas les avoir surveillées suffisamment. Ève et Pandore — comme l'ensemble des femmes de notre ère — sont forcées d'accepter la domination des hommes. Ces deux textes rédigés par des hommes présentent des messages clairs : les femmes ne doivent pas se mêler des affaires des hommes, tandis que les hommes doivent « surveiller leur femme » et les tenir à l'écart du politique (Husson 2016 : 5). Ces deux exemples issus de la culture occidentale ne sont pas singuliers. Les grands textes fondateurs de la littérature mondiale et les grands mythes contribuent, à différents égards, à justifier les comportements et les normes sexistes ou machistes de notre société contemporaine et ont indirectement mené à la révolte des femmes (Husson 2016 : 6).

Les désobéissances féministes naissent avec l'aspiration de déconstruire la parole masculine comme idéal en soi. Puisque les hommes ont établi les règles et les normes sociétales, il n'est pas étonnant que la contestation provienne des femmes. En 1401, Christine de Pizan est l'une des premières contestataires qui attaquent la présentation réductrice de la femme dans *Le Roman de la Rose* de Jean de Meung (Husson 2016 :

7). En 1793, Olympe de Gouges — née Marie Gouze — devient la deuxième femme guillotinée de la Révolution après Marie-Antoinette, condamnée pour son engagement public fédéraliste et antirobespierriste⁴ (Ibid). Celle-ci estime que si « la femme a le droit de monter sur l'échafaud, elle doit avoir également celui de monter à la tribune » (Olympe de Gouges 2003 [1791]).

2. 1. 2 Les luttes des femmes ou l'avènement du féminisme

La lutte des femmes est née en opposition à la domination masculine omniprésente. Le féminisme est un ensemble de mouvements et d'idées politiques, philosophiques et sociales qui est né en réaction à l'assignation des femmes au foyer lors de la Révolution française (Héritier 2012).

Les différents moments des luttes féministes sont distingués en vagues. Tandis que les féministes dites « de la première vague » luttent pour le droit de vote et pour l'accès à l'égalité dans la sphère publique à partir du XIXe siècle, et ce, jusqu'au début du XXe siècle, les féministes « de la seconde vague » ne luttent plus pour l'émancipation des femmes, mais pour leur libération, à partir des années 1960 (Husson 2016 : 7). Le féminisme de la seconde vague s'intéresse à tous les aspects de la vie. La principale revendication de ces féministes est d'ailleurs d'écouter les femmes. En ce sens, elles démontrent que les rapports hommes/femmes ne sont pas symétriques, mais hiérarchiques, et que le groupe « homme » profite de l'oppression du groupe « femme ». Afin de déconstruire cette catégorisation et les théories qui relient directement les différences sociales entre les hommes et les femmes à la différence biologique de sexes, la philosophe et essayiste française Simone de Beauvoir écrit, en 1949, dans son essai philosophique *Le Deuxième sexe* : « On ne naît pas femme, on le devient » (193). Cette célèbre phrase sous-entend qu'aucun destin biologique,

⁴ Robespierre est un homme politique très controversé pour son implication dans la Révolution française.

psychique et économique ne définit les individus de sexe féminin dans la société, car être une femme « s'apprend » en intégrant des comportements qui sont attendus des femmes par rapport à leur appartenance de sexe. Dans la même optique, les sociologues féministes étudient cette binarité à travers la socialisation de genre, c'est-à-dire la façon dont chaque personne, dès la naissance, apprend à se comporter, à parler, à se tenir et à penser au sein du monde en fonction de son genre. Les individus assimilent des pratiques, des gestes et des réflexes qui leur semblent ensuite « naturels » tellement ils sont intériorisés. La socialisation de genre fait donc référence à la manière dont le genre est transmis et appris à travers les institutions comme l'école, la famille ou les médias. Ainsi, Simone de Beauvoir explique qu'il n'existe ni essence masculine ni essence féminine, mais que l'identité se construit à travers le social.

De ce postulat est né le concept de *genre* au cours des années 1970, dans le domaine de la psychologie, que les féministes se sont ensuite appropriée. Elles définissent dans un premier temps le genre par rapport au sexe : le *sexe* appartient à la nature et au biologique, tandis que le *genre* est de l'ordre de la culture et du social (Husson 2016 : 47). Aujourd'hui, les chercheuses tentent de dépasser l'opposition nature/culture et montrent comment la science projette des préjugés sur le réel et que le biologique est lui aussi empreint du social.

2. 1. 3 Le féminisme de la troisième vague

La troisième vague féministe est née dans les années 1980. D'un point de vue intellectuel, elle coïncide avec la déconstruction de la catégorie « femme » en tant que catégorie unique et monolithique, critiquée par les femmes de couleur et les immigrantes aux États-Unis (Mensah 2005). Étant donné la « désidentification » des femmes au féminisme de la deuxième vague, le féminisme de la troisième vague se donne comme mandat de créer un mouvement rassembleur. Il s'applique à élargir les

questionnements et les pratiques théoriques du féminisme de la deuxième vague face à l'homogénéité d'un féminisme « intellectuel, blanc et hétérosexuel ».

L'un des enjeux du féminisme de la troisième vague et des nouveaux discours féministes est la recherche d'inclusivité. L'inclusivité fait référence à la volonté d'inclure dans les discours et le militantisme féministes la plus grande diversité possible de femme (Husson 2017). L'idée d'inclusivité comme valeur et comme idéal militant ne concerne pas seulement l'inclusion des personnes racisées (dénoncé dans la seconde vague), mais de prendre en compte de multiples aspects des normes associées à la féminité telle que l'apparence physique, l'identité de genre, la sexualité, la religion, le handicap, etc. De ce postulat est née l'approche de l'intersectionnalité proposée par la *black Feminist* Kimberlé Crenshaw qui stipule que cette approche permet de rendre compte et d'analyser « les points d'intersection » du racisme et du sexisme « dans la vie réelle » des femmes (Crenshaw 2005). Ce concept permet de relier l'identité des individus aux différentes structures d'oppression systémiques, non pas en additionnant les différentes oppressions, mais en les combinant dans le but de comprendre des oppressions spécifiques. Par exemple, il ne s'agit pas de considérer qu'une femme lesbienne subit du sexisme et de l'hétérosexisme, mais plutôt que l'intersection de ces deux oppressions crée des formes spécifiques de rapport d'oppression. Dans le même sens, la grossophobie intègre de multiples aspects de l'identité des personnes et de multiples formes de dominations qui s'entrecroisent dans la vie des femmes qui peut entretenir des rapports de pouvoir (Husson 2017). Dans ce contexte l'identité « femme », tout comme l'identité « lesbienne » devient une facette parmi d'autres. Le féminisme redéfinit ses frontières et ses intersections avec d'autres mouvements de justices sociales afin de faire apparaître de nouveaux mécanismes d'oppression (Husson 2017). L'approche intersectionnelle est donc une autre manière de lier, plusieurs formes de discrimination et système d'oppression en établissant un lien entre identité individuelle et revendications collectives en montrant qu'une lecture

unidimensionnelle des rapports de pouvoirs ne permet pas de saisir les mécanismes d'oppression et de domination.

Les sujets abordés dans les écrits du féminisme de la troisième vague sont donc multiples. Il concerne notamment :

- Les différentes générations en rapport aux identités féministes ;
- La culture populaire (médias, communications, publicité, ...) ;
- Le cyberféminisme (usage des technologies de l'information) ;
- La corporéité (stéréotypes liés à la féminité) ;
- La sexualité « positive » (pornographie féministe, travail du sexe, ...) ;
- Les études des femmes et les études féministes (interrogation du discours universitaire séparé de la pratique, homogène, victimisant, ...) ;
- Les théories queer ;
- L'intersectionnalité (la multiplication des rapports d'oppressions).

De fait, le féminisme de la troisième vague a la volonté d'être inclusif envers les personnes : racisées, hommes, handicapés, pauvres, non-binaires, et de tous les groupes minoritaires afin de montrer l'interconnexion des différentes sphères d'oppression.

La troisième vague féministe est issue de l'héritage féministe autant du point de vue pratique que théorique (Alfonso et Trigilio 1997). Elle s'oppose à la catégorisation binaire des hommes et des femmes qui assigne les comportements sexuels. À ce titre, les féministes de la troisième vague acceptent leurs propres conflits internes en tant que femmes/féministes, occidentales/orientales, hétéro/lesbiennes, mères/putes, oppresseuses/oppressees et reconnaissent qu'elles sont un peu tout ça à la fois (Mensah 2005). En acceptant ses contradictions, ce féminisme beaucoup plus inclusif opte pour une perspective qui ne blâme pas les femmes et qui refuse le statut de victime (Pagé 2005). Les contradictions qui persistent au sein du féminisme de la troisième vague sont de plus en plus acceptées pour montrer que tout n'est jamais tout noir ou tout

blanc. À ce titre, bon nombre de féministes de la troisième vague considèrent que la posture ou la façon de mener le combat féministe n'est pas si importante, seules les actions le sont.

Les féministes de la troisième vague utilisent de nouveaux moyens de diffusion. La publication de *zines*, des journaux écrits à la main ou au traitement de texte souvent photocopiés, en est un (Pagé 2005). De même, l'accès à Internet permet aux féministes de partager leurs opinions et de débattre sur le web. Les nouveaux moyens de communication ont une importance significative pour l'élaboration d'un discours alternatif en marge des médias de masse traditionnels. L'émergence d'une sphère publique alternative permet la participation autonome à la vie politique et offre une nouvelle forme de résistance face au discours dominant.

2. 1. 4 Synthèse

Dans le cadre de notre recherche, les études féministes seront donc pertinentes pour penser les luttes menées par et pour les femmes en vue d'obtenir une place réellement équivalente à celles des hommes dans la société. Plus encore, la troisième vague féministe permettra de saisir plus largement les revendications féministes, concernant notamment les rapports de domination associés à la couleur de peau, aux handicaps, à la classe sociale, à l'orientation sexuelle et à tous autres éléments constituant des formes de discriminations. Enfin, les études féministes seront mobilisées pour penser l'identité des jeunes lesbiennes féministes au travers des éléments associés à leur sexe et à leur genre de naissance et aux éléments acquis par leur éducation et par leur processus de socialisation.

2.2 La sociologie des usages

En sciences sociales, deux conceptions déterministes s'affrontent depuis la fin des années 1970. Le déterminisme technique évalue les effets des dispositifs techniques sur les comportements individuels et collectifs, mais aussi sur l'organisation et les changements socio-historiques. En ce sens, ce paradigme démontre l'influence de la technique sur les aspects socioculturel, économique et politique du vivre ensemble (Jauréguiberry et Proulx 2011 : 11) et présente la technique comme porteuse du changement historico-social. Le déterminisme social montre quant à lui que le développement des technologies est conditionné par les structures de reproduction du social (Jauréguiberry et Proulx 2011 : 19). Cette approche insiste sur le poids du cadre social et de la reproduction des inégalités dans le processus de développement des techniques. Les études en sociologie des usages permettent le développement d'une tierce posture qui contrecarre ce double déterminisme.

Depuis le début des années 1980, la sociologie des usages permet d'étudier « ce que les gens font effectivement avec des objets techniques » (Proulx 2008 : 1) et interroge la relation entre l'innovation technique et les transformations sociétales (Jouët 2000 : 496). L'usagère d'un dispositif technique est donc placée au centre des études de la sociologie des usages. L'observation est concentrée sur les pratiques quotidiennes et l'usage dans son contexte afin de comprendre le processus menant les dispositifs à devenir des objets sociaux. La sociologie des usages met donc en évidence « l'action effective de la technique dans la société à travers une description précise des usages des objets techniques qu'en font les gens » (Breton et Proulx 2012 : 266). Cette théorie nous semble particulièrement pertinente pour penser les usages de Facebook des jeunes lesbiennes féministes.

2. 2. 1 Définitions de l'usage

L'étude des usages tient compte de la technique, de l'objet et du quotidien où elle se déploie (Chambat 1994 : 253). En ce sens, trois types de définitions peuvent se distinguer de la notion d'usage (Breton et Proulx 2006 : 255). La première fait référence à la « consommation », c'est-à-dire à l'achat et à l'adoption de l'objet technique. La seconde renvoie à « l'utilisation », soit à l'emploi fonctionnel et le face à face avec l'objet. Enfin, la troisième témoigne de « l'appropriation »⁵ incarnée par la maîtrise de la technique. Dans cette troisième définition, la notion d'usage se distingue de la pratique qui examine plus largement l'utilisation fonctionnelle des objets techniques (Jouët 1993). La notion d'usage considère « la manière de faire singulière avec un objet ou un dispositif technique particulier » et prend en compte le contexte spécifique et quotidien où il se déploie (Breton et Proulx 2006 : 257).

Étudier l'« usage social » permet de saisir le contexte global et les gestes quotidiens des usagères plutôt que d'étudier la simple relation entre l'utilisateur et l'objet technique (Thévenot 1993). L'étude de l'usage social permet « une compréhension de la confrontation de l'usagère avec le dispositif technique dans toute son épaisseur sociale » et considère l'histoire personnelle et sociale des usagères qui appuient leurs prédispositions, attitudes et représentation de la technique (Breton et Proulx 2012 : 270). C'est à ce titre que nous jugeons particulièrement fécond d'étudier l'usage social des jeunes lesbiennes féministes dans leur processus de présentation de soi sur la plateforme Facebook. Étudier les usages sociaux permet d'interpréter la dimension sociale de l'usage :

Les usages sociaux sont des modes d'utilisation se manifestant avec suffisamment de récurrences et sous la forme d'habitudes suffisamment intégrées dans la quotidienneté pour s'insérer et s'imposer dans l'éventail des pratiques culturelles préexistantes, se reproduire et éventuellement résister en

⁵ Nous reviendrons sur l'approche de l'appropriation, particulièrement pertinente pour étudier la présentation de soi des jeunes lesbiennes féministes, dans la partie suivante (2.2.2.).

tant que pratiques spécifiques à d'autres pratiques concurrentes ou connexes. (Lacroix 1994 : 147)

L'usage social « participe de la définition des identités sociales des sujets » (Millerand 1998 : 4). En ce sens, « l'usage d'une technique n'est pas sociologiquement neutre : il est porteur de valeurs et sources de significations sociales pour l'usagère » (Jauréguiberry et Proulx, 2011 : 24). L'usage social est défini par des pratiques relativement stables sur une période historique et par des ensembles sociaux (Ibid : 25).

L'usage contributif est un type d'usage social particulier, porté sur la participation et sur le rapport aux autres usagères. L'usage contributif se caractérise par la création et le remixage de contenus médiatiques (Millette 2009). À ce titre, étudier l'usage contributif est donc particulièrement pertinent pour comprendre la présentation de soi des jeunes lesbiennes féministes sur Facebook dans un contexte social hétéronormatif.

2. 2. 2 L'approche de l'appropriation

Depuis l'avènement de la sociologie des usages, les études sur les utilisatrices et leurs usages ou « manières de faire » avec les dispositifs techniques se sont multipliées. Trois approches, peu ou prou distinctes, sont utilisées pour penser les usages. Tandis que l'approche diffusionniste étudie la disparité du taux d'équipement et d'utilisation en fonction des groupes sociaux, mise en perspective avec les variables sociodémographiques spécifiques de ces derniers, l'approche de l'innovation montre la dimension sociale de l'innovation technique à travers l'interaction des différentes actrices (de la technique et du social) durant le processus de conception. La troisième approche situe son analyse au niveau de la mise en usage de la technique dans la vie sociale. Nous choisissons cette dernière pour analyser l'usage de Facebook des jeunes lesbiennes féministes.

L'approche de l'appropriation renvoie à l'analyse de la « mise en usage » dans la vie sociale et à la formation de la technique du « point de vue » des usagères (Millerand 1999 : 2). Trois conditions sont nécessaires pour considérer l'appropriation d'une technique : (1) l'usagère doit développer une compétence et une compréhension minimales du dispositif utilisé (Breton et Proulx 2006 : 272); (2) la maîtrise de l'objet technique doit être intégrée de manière significative et créative aux pratiques quotidiennes des usagères; (3) des « possibilités de détournements, de contournements, de réinventions ou même de participation directe des usagères à la conception des innovations » (Breton et Proulx 2012 : 268). En ce sens, les travaux de De Certeau (1980) révèlent le caractère créatif des usages et les manières de faire singulières des usagères et « cherche à saisir les mécanismes par lesquels les individus se créent de manière autonome en tant que sujets s'exprimant dans le processus même de la consommation et dans leurs pratiques de vie quotidienne » (Proulx 1994 : 173). Ces travaux révèlent la disparité entre les usages prévus par les concepteurs des dispositifs techniques et des usages effectifs des usagères qui s'intègre de manière significative dans leur vie quotidienne (Breton et Proulx 2006 : 272). L'approche de l'appropriation analyse donc la mise en usage des innovations techniques au sein de la vie sociale quotidienne et montre que les usages évoluent avec les pratiques quotidiennes telles que le travail et les loisirs. En ce sens, l'approche met de l'avant les significations des usages.

2. 2. 3 Les significations des usages

Les usages des technologies se développent dans des contextes où ils prennent des significations particulières pour les usagères. Dans la sociologie des usages, les « significations d'usages » désignent les « représentations et les valeurs qui s'investissent dans l'usage d'une technique ou d'un objet » (Chambat, 1994 : 262). Les processus d'intégration des technologies de communication mettent en évidence

l'importance des significations d'usages dans l'appropriation des objets techniques. La construction des significations d'usage influence donc l'intégration sociale des technologies (Millerand 1999).

L'insertion sociale d'une NTIC⁶, son intégration à la quotidienneté des usagères, dépendait moins de ses qualités techniques "intrinsèques", de ses performances et de sa sophistication, que des significations d'usage projetées et construites par les usagères sur le dispositif technique qui leur était proposé. (Mallein et Toussaint 1994 : 318)

Selon Mallein et Toussaint, deux types d'appropriations des objets techniques se distinguent : (1) une rationalité de la cohérence sociotechnique et (2) une rationalité de la performance techniciste (1994). La rationalité de la cohérence sociotechnique indique que « le nouveau dispositif et les produits/services qui lui sont associés doivent trouver leur place dans tout cet ensemble social, culturel, technique, organisationnel, familial, relationnel » (1994 : 319). La rationalité de la performance techniciste « désigne aux usagères les places qu'elles vont occuper, les pratiques nouvelles qu'elles vont développer et les représentations idéales auxquelles elles doivent tendre » (Ibid : 320). Parmi ces deux types d'appropriations découlent quatre concepts permettant de comprendre l'intégration des technologies : (1) banalisation *versus* idéalisation; (2) hybridation *versus* substitution; (3) évolution sociale *versus* révolution sociale; (4) identité active *versus* identité passive (Ibid : 320-328). Ce quatrième concept semble le plus pertinent pour étudier les usages de Facebook des jeunes lesbiennes féministes. En effet, il évalue la possibilité offerte par les technologies de travailler et d'obtenir une identité active en s'inventant une identité ou en affirmant la sienne à travers l'usage ou au contraire, si elle permet seulement de présenter une identité passive, c'est-à-dire une identité faisant référence à l'usage prescrit, imaginée par les conceptrices de la technologie (Ibid).

⁶ NTIC : Nouvelles technologies de l'information et de la communication

L'appropriation implique une affirmation de soi à travers l'usage. En ce sens, la sociologie des usages démontre que les individus s'approprient les dispositifs techniques à des fins d'émancipation personnelle, d'accomplissement dans le travail ou à des fins de sociabilité » (Jouët 2000 : 495). Les jeunes lesbiennes féministes pourraient donc utiliser les plateformes sociales pour s'affirmer en tant que groupe social ou en tant qu'individu à l'identité personnelle et singulière. « L'appropriation procède alors d'une double affirmation : de la singularité et de l'appartenance qui relie au corps social » (Jouët 2000 : 503).

2. 2. 4 Synthèse

Conséquemment, la sociologie des usages sera pertinente pour penser ce que les jeunes lesbiennes féministes font avec la plateforme Facebook, à travers l'étude de leurs pratiques quotidiennes. L'analyse de l'usage des participantes permettra notamment de saisir la dimension sociale de la plateforme, c'est-à-dire un usage orienté en fonction du public cible. L'usage social nous permettra de surcroît de considérer l'usage contributif participant à la représentation de soi des jeunes lesbiennes féministes. L'approche de l'appropriation issue de la sociologie des usages sera particulièrement éclairante pour penser « la mise en usage », c'est-à-dire la compréhension et la maîtrise de Facebook des participantes, mais aussi la manière dont elles s'approprient la plateforme. Enfin, cette approche nous permettra de saisir la signification des usages à travers les représentations et valeurs associées à l'usage du dispositif.

2. 3 Les études sur les stratégies de présentation de soi

La mise en scène de la vie quotidienne conceptualisée par Goffman dans les années 1970 est régulièrement appliquée à l'étude des nouveaux médias. L'approche qui nous

intéresse est la présentation de soi, développée dans le premier tome du livre *La mise en scène de la vie quotidienne* (1973). Elle expose la façon dont une personne, dans toutes situations de la vie quotidienne, se présente et présente son activité aux autres, par quels moyens elle oriente et gouverne l'impression qu'elle produit sur eux et les choses qu'elle peut ou non se permettre au cours d'une représentation (Goffman 1973 : 9). Ce concept nous permettra d'analyser les modalités et enjeux de la présentation de soi des jeunes lesbiennes sur Facebook et d'inscrire nos résultats dans une perspective théorique.

2. 3. 1 Le concept goffmanien

Goffman emploie la métaphore théâtrale pour proposer une analyse sociologique de la présentation de soi. Il emploie les termes de « rôles », de « représentation » et de « façade » et applique l'analogie de l'actrice en représentation pour montrer que tout le monde joue un jeu en portant un masque durant leurs interactions. Historiquement, le mot « personne », dans son sens premier, signifie un masque (Park 1950 : 249 dans Goffman 1973 : 27). En ce sens, « tout le monde, toujours et partout, joue un rôle, plus ou moins consciemment. » (Ibid : 27). Goffman propose une schématisation de la présentation de soi appliquée aux différentes formes d'organisation de la vie sociale, qu'elle soit publique ou privée.

La composante clé de la représentation de l'actrice pour que son rôle fonctionne est la façade. La façade est un appareillage symbolique qui est composé de deux éléments stables qui convergent et s'entremêlent : le « décor » et la « façade personnelle ». Goffman définit le « décor » comme une toile de fond de la représentation composée d'éléments fixes tels que du mobilier et de la décoration. Ces éléments sont nécessaires pour que la représentation fonctionne. L'actrice ne peut sortir de ce décor pour poursuivre son jeu de rôle. Parallèlement, la façade personnelle est composée

d'éléments qui se confondent avec l'actrice (signes distinctifs, vêtements, sexe, âge, caractéristiques raciales, taille, attitude, façon de parler, mimiques, comportements gestuels, etc.), et qui sont nécessaires pour réaliser une représentation optimale. L'« apparence » et la « manière » sont des éléments de la façade personnelle qui permettent de rendre réel le rôle que joue l'actrice.

Enfin, la représentation se construit en fonction des attentes sociales. À ce titre, les actrices mettent en scène certaines valeurs sociales des communautés auxquelles elles appartiennent et en omettent d'autres pour assurer la cohérence de leur rôle. Elles jouent donc un double jeu afin de montrer certaines facettes de leur personnalité en public et en cachent d'autres qui leur semblent moins compatibles avec l'image qu'elles veulent donner. Elles montrent et cachent donc certaines facettes spécifiques de leur identité selon les lieux et les personnes qu'elles côtoient. Les actrices font preuve de stratégie pour donner une image idéalisée d'elle-même, d'être reconnues et d'indiquer leur statut social afin de se présenter sous leur meilleur jour et d'offrir une expression cohérente.

2. 3. 2 La présentation de soi appliquée aux réseaux sociaux numériques

Goffman présente « le self (soi) [...] comme le résultat d'une négociation entre les participants où l'individu ne dispose que d'une autonomie relative » (Coutant et Stenger 2011 : 2). En cela, les usagers des réseaux sociaux numériques développent leur identité numérique en prenant en considération leur audience et en prenant soin de construire une identité en ligne plus ou moins cohérente à leur identité hors ligne. Le contenu publié sur les réseaux sociaux est dirigé vers autrui afin d'obtenir des réactions et des évaluations (Denouël 2010 : 16). En ce sens, l'expression de soi s'insère dans une démarche relationnelle (Cardon 2009) et le processus identitaire alterne entre la

nécessaire inscription dans un collectif et la volonté d'individuation de l'usagère au sein d'un collectif (Coutant et Stenger 2011).

La présentation de soi est un agencement d'informations qui réfère à la fois à une partie stable et à une partie changeante de l'utilisatrice (Denouël 2010). La partie relativement stable fait référence aux éléments identitaires de l'usagère tels que la date de naissance, le sexe, la situation géographique, tandis que la partie changeante est relative aux publications quotidiennes reliées à un travail réflexif régulier, parfois produite afin de se définir. Le niveau d'investissement des usagères dans leur présentation de soi peut être évalué en fonction du nombre de renseignements présents dans le profil. En ce sens, certaines usagères détiennent une identité active et travaillée, tandis que d'autres disposent d'une identité passive qui correspond aux renseignements de base demandés par le système lors de l'inscription. Les usagères soucieuses de leur image peuvent donc jouer stratégiquement et se construire un profil personnalisé.

2. 3. 3 L'exposition de soi

Les RSN favorisent les pratiques d'exposition de soi des usagères à travers la mise en visibilité d'éléments identitaires. Ces manifestations de soi se retrouvent souvent aux frontières de la pudeur, de l'intime, du public et du privé (Granjon et Denouël 2010). En effet, les activités en ligne sont souvent perçues comme moins impliquantes et moins risquées étant donné les possibles recours aux dissimulations et à l'anonymat. En ce sens, un grand nombre de signes identitaires est susceptible d'être exposé sur les RSN, favorisant l'extériorisation des singularités individuelles telles que les traits identitaires physiques, sociaux et culturels. Les possibilités offertes par les plateformes proposent donc une mise en scène et une mise en visibilité du soi qui sont autant de facettes identitaires mises à disposition des regards. L'exposition de soi sur les RSN relève par conséquent d'un phénomène de négociation identitaire qui s'apparente à la

mise en récit de certaines facettes de soi (Ibid). Par exemple, une usagère peut partager du contenu démontrant les normes sexistes de la société occidentale contemporaine. Ici, la facette de soi mise de l'avant par l'usagère peut être son schéma de pensée féministe. De plus, l'exposition de soi dans un contexte en ligne rend susceptible la mise en visibilité des facettes identitaires à un plus large public étant donné les fonctionnalités offertes par les RSN. Finalement, l'exposition de soi en ligne est indissociable d'une exigence communicationnelle, d'échanges et de dialogues avec des tiers, car ce sont eux qui valident ou non la reconnaissance des singularités de chacune des usagères (Ibid).

À travers la mise en visibilité de singularités individuelles et de différentes facettes identitaires exposées à un public, l'exposition de soi sur les RSN s'inscrit dans le processus de présentation de soi des usagères.

2.3.4 Synthèse

Pour la recherche, les études sur les stratégies de présentation de soi seront utiles pour saisir comment les jeunes lesbiennes féministes se présentent et comment elles modulent l'impression qu'elles produisent. Plus spécifiquement, les concepts goffmaniens nous permettront d'étudier les représentations des usagères dans leurs interactions sur la plateforme en fonction des attentes et de leurs valeurs sociales. Les études sur les stratégies de présentation de soi appliquée aux réseaux socionumériques nous permettront de faire sens des informations rendues visibles par les participantes sur leur profil.

2.4 Conclusion et opérationnalisation des concepts

Afin de conclure ce chapitre, revenons sur les différents apports des concepts mobilisés pour répondre à notre question principale de recherche : compte tenu du contexte social hétéronormatif, comment les jeunes lesbiennes féministes négocient-elles leur présentation de soi sur Facebook en lien avec leur orientation sexuelle et politique ?

De prime abord, les études féministes présentent l'importance de déconstruire la parole masculine comme idéal en soi et militent pour une place égalitaire des hommes et des femmes dans le social et sur la place publique. Dans notre étude, les approches féministes sont pertinentes pour penser le contexte global ainsi que notre problématique de recherche. De plus, elles nous permettront de cerner la dimension féministe de la présentation de soi des jeunes lesbiennes féministes en enquêtant sur leur définition spécifique du féminisme.

La sociologie des usages sera pertinente pour saisir ce que les jeunes lesbiennes féministes font avec la plateforme Facebook. En ce sens, nous interrogerons les participantes sur leurs usages récurrents et quotidiens de la plateforme en questionnant leurs motivations de connexion et de publication. L'approche de l'appropriation nous permettra spécifiquement de questionner les jeunes lesbiennes féministes sur leur compréhension de la plateforme. Elle nous permettra aussi de sonder leur maîtrise de Facebook et leur intégration de la plateforme dans leurs pratiques quotidiennes. Enfin, cette approche supportera notre questionnement entourant les significations d'usage de la plateforme des jeunes lesbiennes féministes.

Finalement, les travaux sur la présentation de soi seront utiles pour comprendre comment les participantes négocient leur identité sur les plateformes. Goffman expose que la composante clé de la représentation est la façade qui est composée du « décor » et de la « façade personnelle ». Dans ce décor, l'usagère constitue sa « façade personnelle » au travers de publications de contenu qui sont des éléments plus ou moins

personnels de leurs identités. Nous axerons donc notre recherche sur les publications de contenus des jeunes lesbiennes féministes. Cette théorie nous permettra de comprendre comment les participantes se présentent en fonction des attentes sociales selon ce qu'elles publient ou non sur la plateforme pour exprimer une identité cohérente. Grâce aux études sur la présentation de soi, nous pourrions de surcroît étudier comment les usagères renseignent leurs profils et les risques qu'elles estiment encourir lors de la présentation de soi sur Facebook en tant que jeunes lesbiennes féministes.

CHAPITRE III

MÉTHODOLOGIE

Ce chapitre explique la méthodologie de notre recherche. Dans un premier temps, nous présenterons les spécificités de la stratégie de recherche qualitative, ainsi que la méthode ethnographique adoptée pour notre étude. Dans un second temps, nous exposerons notre processus de sélection des participantes, ainsi que les méthodes de collecte de données que nous utiliserons. Puis, nous dessinerons les contours de notre méthode d'analyse et d'interprétation et préciserons nos considérations éthiques avant de conclure ce chapitre.

3.1 Le terrain : une stratégie de recherche qualitative

Afin de répondre à nos trois objectifs de recherches indissociables, nous :

- (1) Décrire l'identité des jeunes lesbiennes féministes ;
- (2) Analyser le processus de présentation de soi des jeunes lesbiennes féministes sur Facebook ;

- (3) Comprendre comment l'usage de Facebook dans la vie quotidienne participe d'une négociation identitaire des jeunes lesbiennes féministes dans un contexte hétéronormatif.

En répondant à ce triple objectif de recherche, nous serons en mesure d'étudier comment les jeunes lesbiennes féministes façonnent leur identité numérique sur Facebook et comment celle-ci participe plus largement de leur « invention de soi » en lien avec leur orientation sexuelle (lesbienne) et politique (féministe).

L'approche qualitative exploratoire nous a semblé la plus adaptée, car comme l'explique Lagacé et al. « la chercheuse qualitative étudie le contexte écologique dans lequel évoluent les personnes et il s'attache à la signification sociale attribuée par le sujet au monde qui l'entoure » (2006 : 155). La méthode de recherche qualitative nous est apparue comme la plus pertinente puisqu'elle offre des techniques de compréhension de phénomènes complexes et mouvants (Deslauriers 1991 : 14). Les phénomènes sont ainsi étudiés dans leurs contextes, grâce à différentes techniques de collecte de données. En effet, l'objectif n'étant pas de quantifier et d'expliquer le processus de présentation de soi, la méthode qualitative nous permet de *qualifier* et de *comprendre* en profondeur la présentation de soi des jeunes lesbiennes féministes sur Facebook grâce à un contact prolongé avec nos participantes (Lagacé et al. 2006).

Nous avons utilisé une démarche de recherche inductive. Grâce aux énoncés issus de notre collecte de données, nous avons élaboré un raisonnement consistant. Notre raisonnement inductif a donc été orienté vers la construction de nouvelles connaissances (Lagacé et al 2006). Pour ce faire, nous avons utilisé un processus itératif. « Dans le contexte d'une démarche inductive, l'élaboration de la problématique ne s'effectue pas à partir de la structure de concepts et de propositions générales, mais se réalise dans la formulation itérative de questions à partir du sens donné à une situation concrète » (Chevrier 2003 : 67). Notre processus itératif s'est donc traduit par

un travail simultané de collecte d'informations sur le terrain et d'analyse, afin de préciser la recherche et d'affiner au fur et à mesure nos sous-questions de recherche. Nous avons fait des aller-retour permanents entre les connaissances théoriques et les connaissances issues de notre terrain.

3.2 La méthode ethnographique

Selon Spradley, la méthode ethnographique exige différentes phases dans le processus de collecte de données (1980). La première phase est l'observation informelle afin de s'immerger dans un environnement particulier. Pour notre étude, nous avons choisi l'observation non participante de profils Facebook sur une période d'un an afin de capter et de comprendre les références culturelles et locales de nos participantes. Cette méthode requière une observation fine et contextuelle des sujets et autres artefacts, il était donc nécessaire d'avoir une certaine proximité avec les actrices de notre recherche. La seconde phase s'est traduite par des entrevues semi-dirigées en face à face, afin de recueillir des données structurées.

Dans le cadre de notre étude, nous avons analysé un dispositif numérique : Facebook. Par conséquent, notre stratégie de recherche a reposé, en partie, sur une nethnographie en ligne. Comme le souligne Poutrain et Héas (2003), la méthode nethnographique est une démarche de recherche qualitative qui permet de recueillir des données sur les usages d'Internet. Avec un terrain numérique tel que le nôtre, la méthode nethnographique permet d'étudier les usages d'un groupe au travers des supports électroniques. Elle conserve toutes les qualités d'une étude de terrain classique, tout en s'adaptant aux spécificités des communications médiatisées (Vrignaud 2015), bien que les participantes ne peuvent savoir quand et à quel point elles sont observées.

« L'ethnographie est avant tout un travail de terrain (*fieldwork*) auprès de groupes sociaux restreints, de communautés ou d'institutions » (Lagacé et al. 2006 : 163). La

méthode nethnographique nous a permis d'étudier un groupe particulier – les jeunes lesbiennes féministes – en considérant leurs conduites et leurs actions, en les interprétant dans leur contexte. Grâce à cette méthode, nous avons été en mesure de décrire et de comprendre les pratiques sociales de nos participantes.

3.3 Sélection des participantes

3.3.1 Profil des participantes

Un échantillon est « un ensemble d'individus ou d'éléments qui ont des caractéristiques communes et auxquels s'intéresse un chercheur. » (Lagacé et al. 2006 : 88). Nous avons procédé à un échantillonnage non probabiliste puisque nous avons choisi d'adopter une démarche exploratoire visant à documenter un phénomène sans toutefois vouloir généraliser nos conclusions à l'ensemble du groupe. Quant au nombre de participantes, nous avons réalisé notre recherche auprès d'un groupe de huit personnes.

Nos participantes sont exclusivement des femmes cisgenres⁷ ayant une orientation sexuelle lesbienne ou bisexuelle⁸. Nos participantes vivent toutes dans la région de Montréal (Québec). Nous avons limité le recrutement et notre recherche à la région de Montréal, afin de pouvoir rencontrer nos participantes en face à face et obtenir des résultats spécifiques de cette région. De plus, nos sujets devaient s'identifier comme féministes pour participer à notre étude. Par ailleurs, notre échantillon de participantes s'est constitué de personnes âgées de 23 à 31 ans en 2017. Comme nous l'avons précisé dans notre premier chapitre, les 18-35 ans sont les premières à avoir grandi avec les

⁷ Cisgenre : est définie cisgenre une personne dont le sexe, le corps et l'identité de genre sont concordants selon les normes historiques d'une société donnée (Bereni et al., 2012 : 50).

⁸ Les participantes s'étant définies comme bisexuelle se sont portées volontaires pour la recherche et se sont dévoilées sous cette orientation sexuelle uniquement au moment des entrevues.

nouveaux médias. Elles représentent aussi la plus grande proportion d'utilisatrices des réseaux sociaux numériques. De plus, le choix d'une population de notre tranche d'âge nous a semblé pertinent pour que nos participantes se sentent à l'aise durant les entrevues. Pour participer, elles devaient, de surcroît, détenir un compte sur Facebook et être actives sur ce compte en s'y connectant minimalement trois fois par semaine. Voici un descriptif des participantes interrogées :

Pseudonyme	Âge	Orientation sexuelle
Julie	28 ans	Lesbienne
Helsa	23 ans	Bisexuelle
Martine	31 ans	Lesbienne
Rose-Anne	26 ans	Lesbienne
Daphné	25 ans	Bisexuelle
Laurence	28 ans	Lesbienne
Alice	27 ans	Lesbienne

Tableau 1 : Descriptif des participantes interrogées

Comme nous l'avons expliqué au chapitre I, Facebook nous a semblé pertinent étant donné sa popularité, notamment auprès des jeunes utilisatrices québécoises et plus spécifiquement par rapport à la faible visibilité des jeunes lesbiennes féministes dans les médias traditionnels. À ce titre, cette population spécifique nous semble particulièrement prégnante pour étudier les stratégies de présentation de soi en ligne.

Devant la pluralité de réseaux sociaux présents sur la Toile, nous avons choisi Facebook afin de nous assurer de l'uniformité de notre échantillon.

3. 3. 2 Recrutement des participantes

Le recrutement de nos participantes a été réalisé grâce à notre réseau de contacts et à l'effet boule-de-neige. Étant donné que nos participantes devaient répondre à un certain nombre de caractéristiques, nous avons suivi la méthode d'échantillonnage par choix raisonné. L'usage de cette méthode est pertinent lorsque l'on connaît certaines caractéristiques à prendre en compte (ex.: sexe; âge; orientation sexuelle). La représentativité de l'échantillon par choix raisonné est subjective puisque les individus choisis sont sélectionnés selon des critères définis et non par le hasard.

Les étapes de notre recrutement et de notre collecte de données se sont déroulées comme suit :

- Prise de contact avec les participantes par l'entremise d'un courrier électronique ou de l'application Messenger;
- Signature du formulaire de consentement ;
- Ajout des participantes à notre « liste d'amies » Facebook ;
- Réalisation de la première phase du terrain : l'observation non participante des profils grâce à notre grille d'observation;
- Réalisation de la deuxième phase du terrain : les entrevues semi-dirigées.

3. 4 Les outils de collecte de données

Dans notre recherche, nous examinons en profondeur le contenu de différents profils Facebook et nous demandons à nos participantes des explications approfondies sur

leurs usages du réseau socionumérique Facebook. Par conséquent, nous utilisons les méthodes d'observation non-participante, d'entrevue semi-dirigée et de l'analyse de contenu, afin de collecter des données et de les analyser par la suite.

3. 4. 1 L'observation non-participante

La première phase de notre recherche consistait à observer les profils Facebook de nos participantes. L'observation est « une technique de collecte de données au cours de laquelle la chercheuse observe elle-même des processus ou des comportements qui se déroulent dans une situation précise pendant une période de temps limité » (Lagacé et al. 2006 : 179). Cette première phase de notre collecte de données nous a permis de comprendre les différents comportements des utilisatrices lors du processus de présentation de soi. À ce stade de la collecte, nous étions à distance de nos participantes. En effet, l'observation non-participante est « caractérisée par le fait que le chercheur joue un rôle « périphérique » en étant en contact avec les répondants, mais sans participer à leur activité » (Adler et Adler 1987 : 18). Afin de mener à bien cette première phase d'observation, nous avons élaboré une grille d'observation (voir annexe A). L'avantage d'utiliser un tel outil a été la systématisation des données recueillies sur le terrain et d'assurer une continuité dans les observations que nous avons menées.

Nous avons observé rétroactivement les profils des huit (8) participantes afin de colliger ce qu'elles ont fait sur la plateforme durant la dernière année en inscrivant nos notes d'observation dans un journal de bord. À travers l'observation des interactions, du partage de contenu et des commentaires, nous avons étudié le processus de présentation de soi des jeunes lesbiennes féministes. Cette observation nous a permis d'envisager les pratiques individuelles et collectives du processus de présentation de soi et le rapport à autrui.

Cette phase d'observation nous a immergées dans le terrain et nous a aiguillées quant à des pistes de réponses à notre question de recherche sur les comportements adoptés durant la présentation de soi. Cependant, cette technique de collecte de données est limitée puisque les participantes peuvent changer leurs habitudes ou se restreindre d'utiliser Facebook étant donné qu'elles se savent observées. D'autre part, cette seule phase d'observation ne nous a pas permis de comprendre toute la complexité de la situation, bien qu'elle soit éclairante quant à l'orientation des questions à poser lors de la phase d'entrevues. Nous avons donc procédé ensuite à des entrevues semi-dirigées afin d'affiner notre compréhension du sujet.

3. 4. 2 L'entrevue semi-dirigée

La seconde phase de notre étude de terrain a été réalisée par le biais d'entrevues avec de jeunes lesbiennes féministes. L'entrevue de recherche est « un dispositif de face-à-face où un enquêteur a pour objectif de favoriser chez l'enquêté la production d'un discours sur un thème défini dans le cadre d'une recherche » (Freyssinet-Dominjon 1997 : 145). Les entrevues nous ont permis de récolter des informations sous la forme de données discursives, c'est-à-dire issues du discours des individus. De manière générale, trois types d'entrevues se distinguent en recherche : l'entrevue non dirigée, l'entrevue semi-dirigée et l'entrevue dirigée (Lagacé et al. 2006 :174). Pour notre étude, nous avons choisi d'utiliser la technique d'entrevue semi-dirigée qui est structurée par une grille de questions plus ou moins ouvertes préalablement établies par les chercheuses (voir annexe B). La grille d'entrevue a été un outil nécessaire afin de préparer la conduite des entretiens et d'en orienter le contenu. Afin de recueillir des données pertinentes, nous avons défini des thèmes, des sous-thèmes et des questions d'orientation. Les entrevues et la rencontre interpersonnelle avec les sujets de la recherche nous ont permis de donner la parole aux participantes sur des thèmes spécifiques et de les questionner sur leurs motivations et expériences. Ainsi, le but de

procéder à des entrevues était de comprendre le point de vue des participantes et d'apprendre de nouvelles choses que nous n'aurions pu saisir — les sentiments, les idées ou encore les intentions — durant notre observation non-participante (Deslauriers, 1991 : 34).

Nous avons réalisé (8) huit entrevues d'une durée approximative de 90 minutes dans différents lieux de Montréal (cafés ou bureau de la chercheure). Notre grille d'entrevue comprenait deux types de questions : des questions principales et des questions ouvertes d'investigation ou de relance. Les questions principales introduisaient les thèmes à aborder au cours de l'entretien. Les questions d'investigation ou de relance, ouvertes ou fermées, permettaient de clarifier certaines informations ou de recueillir des indications supplémentaires. Nous avons utilisé cette méthode afin de couvrir tous les thèmes qui nous intéressaient grâce à des questions précises. Peu importe l'ordre ou la formulation des questions, notre objectif était de laisser la parole aux participantes. Ce type d'entrevue nous a permis de discuter de différentes thématiques tout en offrant la possibilité aux participantes de soulever d'autres aspects qu'elles estimaient pertinents. Finalement, l'avantage de cette technique d'entrevues semi-dirigées a été d'adapter notre entrevue en fonction du discours de la participante. Pour favoriser le dialogue, nous avons tenté d'adopter une attitude compréhensive à l'égard des thèmes abordés.

La tenue d'entrevues semi-dirigées nous a été particulièrement utile pour clarifier des éléments que nous n'aurions pu comprendre lors de l'observation non-participante des profils Facebook des participantes. Les entrevues nous ont permis de préciser l'univers socioculturel et les intentions des jeunes lesbiennes féministes dans leur présentation de soi sur Facebook.

L'ensemble des entrevues a été enregistré à l'aide d'une enregistreuse numérique afin d'être retranscrit – avec le consentement préalable des participantes.

3. 5 L'analyse et l'interprétation des données

L'analyse qualitative de données a pour objectif de saisir la signification du message étudié (Lagacé et al. 2006). Les données recueillies lors d'une recherche qualitative ne sont pas immédiatement significatives et requièrent d'être interprétées. Afin de faire émerger des régularités, de découvrir des liens entre les faits accumulés et de générer du sens à partir de nos données, nous avons traité nos données de manière inductive de façon à les découper en unités de sens, en les classant et en les synthétisant (Giroux, 2003). Nous avons privilégié la méthode de condensation de données afin d'analyser et d'interpréter nos données. La méthode de condensation se déroule en quatre étapes. Elle débute dès la phase de collecte de données et se poursuit jusqu'à l'achèvement du rapport final. « Le chercheur organise ses notes, les regroupe, les classe et les résume » (Lagacé et al. 2006 : 197).

3. 5. 1 La transcription des données

La première étape de traitement de nos données a été la transcription. Nous avons retranscrit nos notes d'observations et nos enregistrements d'entrevues individuelles afin de lire, de coder et d'analyser nos données. Cette étape nous a permis de nous familiariser avec nos données.

Suite aux différentes phases de terrain – l'observation et l'entrevue – et suite à la transcription de nos données de façon méthodique, nous avons entrepris une première lecture analytique des données retranscrites. Nous avons ainsi rédigé des fiches de synthèse.

3. 5. 2 La réalisation de fiches de synthèse

La constitution de fiches de synthèse a permis de synthétiser les informations recueillies auprès des participantes rencontrées. Cette étape a ainsi rendu possible l'identification des éléments importants de nos données afin d'envisager des pistes d'analyse en vue de la codification.

3. 5. 3 Le codage des transcriptions

Après la production de fiches de synthèse, nous avons codifié nos données. Afin de coder les transcriptions, nous avons repris chaque observation et chaque entrevue individuelle de laquelle nous avons ressorti des thématiques principales. Le travail de codification des entrevues a été amorcé méthodiquement grâce à une lecture ligne par ligne. L'objectif du codage était d'extraire l'essentiel de nos données.

Suite à la codification, nous avons dégagé différentes catégories d'analyse, c'est-à-dire « un mot ou une expression désignant, à un niveau élevé d'abstraction, un phénomène culturel, social ou psychologique, tel qu'il est rendu perceptible dans un corpus de données » (Lagacé et al. 2006 : 199). L'objectif était de faire émerger des catégories qui se sont précisées au fur à mesure de notre analyse. Nos catégories ont été construites progressivement et clairement définies jusqu'à ce qu'elles deviennent exhaustives et homogènes. Chacune de nos catégories a regroupé un maximum d'éléments contenus dans le matériel analysé et chaque catégorie a regroupé uniquement des énoncés ayant le même sens.

3.6 Considérations éthiques

Tel que la recherche impliquant des êtres humains l'exige, nous avons travaillé sur une certification éthique auprès du Comité institutionnel d'éthique de la recherche avec des êtres humains (CERPE 2). Afin de nous assurer du respect des différentes règles et d'obtenir notre certificat, nous avons suivi la formation d'éthique en ligne proposée par le Groupe consultatif interagences en éthique de la recherche de Gouvernement Canada (annexe C). Avant de procéder à la collecte des données et afin de nous assurer de la signature libre et éclairée du consentement écrit par nos participantes, nous nous sommes assuré que chacune d'entre elles ait bien pris connaissance des objectifs de la recherche, mais aussi des aspects techniques quant au déroulement de l'étude (durée, nombre de rencontres, etc.). Chacun des formulaires a été signé par la participante et la chercheuse et chacune en a conservé une copie. De surcroît, nous nous sommes engagées à protéger leur intégrité et leur intimité en utilisant des pseudonymes. De même, nous avons garanti la confidentialité des données collectées et l'anonymat des participantes qui le désirent. Finalement, nous avons stipulé à chacune des participantes leur droit de quitter l'étude à tout moment.

3.7 Conclusion

Dans ce chapitre, nous avons présenté la méthodologie de notre recherche. Nous avons exposé notre stratégie de recherche qualitative d'inspiration nethnographique idéale pour étudier les spécificités des communications médiatisées. Nous avons ensuite présenté les critères requis pour participer à notre étude. Nous avons aussi spécifié la méthode adoptée pour recruter les participantes. Ensuite, nous avons présenté les outils de collecte de données, c'est-à-dire l'observation non participante et l'entrevue semi-dirigée. Nous avons ensuite présenté notre méthode d'analyse et d'interprétation des

données soit la transcription des données, la réalisation de fiches de synthèse et le codage des transcriptions. Enfin, nous avons exposé nos considérations éthiques.

CHAPITRE IV

L'IDENTITÉ DES JEUNES LESBIENNES FÉMINISTES

L'identité constitue l'un des thèmes majeurs des études sur les réseaux sociaux numériques (Cardon 2008). Ce chapitre répondra donc à deux de nos objectifs de recherche. D'une part, nous décrirons l'identité des jeunes lesbiennes féministes. D'autre part, nous analyserons comment l'usage de Facebook dans la vie quotidienne participe d'une négociation identitaire des jeunes lesbiennes féministes dans un contexte hétéronormatif.

Les participantes de notre recherche sont exclusivement des femmes cisgenres qui se distinguent par un certain nombre de caractéristiques telles que l'âge, l'orientation sexuelle, la situation géographique, les convictions féministes et la présence active sur Facebook. Dans une première partie, nous présenterons les différentes définitions de l'identité lesbienne des participantes ainsi que leur positionnement féministe. Cette étape permettra de comprendre leur définition identitaire et d'éclairer ce qui est observable et construit sur leur profil Facebook. Dans une seconde partie, nous expliciterons l'usage de Facebook des participantes.

4.1 L'identité féministe et lesbienne

4.1.1 Définition du lesbianisme

Tel que présenté dans le chapitre II, la littérature définit le terme « lesbienne » comme une femme homosexuelle, dont le désir s'oriente pour une personne de son propre sexe (Wittig 2013 : 89). Toutefois, les entretiens avec les participantes ont montré que le terme lesbienne ne se limite pas à cette définition. À ce titre, les participantes évoquent largement la pluralité de définition du terme « lesbienne » : « Tout le monde a tellement sa définition » (Laurence⁹).

Deux définitions émergent chez les participantes interrogées. L'une des définitions majoritairement évoquées reflète l'« amour » et l'« attirance » des femmes envers d'autres femmes :

Je fais du sexe avec les femmes. Je me présente lesbienne, car si l'on parle d'amour et d'attirance, j'en ai eu que pour des femmes. (Rose-Anne)

Je m'identifie lesbienne parce que je ne pense pas qu'un jour je sois en couple avec un homme. Je n'ai aucune attirance émotionnelle envers les hommes, et pour moi, la sexualité est en lien avec les émotions. (Laurence)

J'ai été seulement attirée amoureusement par des femmes. (Martine)

En plus de dévoiler le caractère amoureux et l'attirance envers les femmes, les définitions de Rose-Anne, Laurence et Martine suggèrent le caractère exclusif de l'amour pour les femmes, rendant simultanément inconcevable le développement de sentiments amoureux envers un homme dans un futur plus ou moins proche. Pourtant, certaines participantes stipulent tout de même entretenir des relations sexuelles dépourvues de sentiment avec des hommes.

⁹ L'ensemble des prénoms utilisés sont des pseudonymes choisis par les participantes.

La seconde définition du lesbianisme évoqué par les jeunes lesbiennes féministes rencontrées concerne l'exclusivité des relations sexuelles avec des femmes. Contrairement à la première définition évoquée par des participantes, où les relations sexuelles avec les hommes n'étaient pas contraires à l'orientation sexuelle lesbienne, cette seconde définition exclut toutes les relations, sentimentales ou sexuelles avec le sexe opposé. Julie l'explique ainsi : « Je le vois vraiment très bien cerné, une femme qui aime les femmes et qui ne bifurque pas. C'est clair pour elle ». À cet égard, cette définition se distancie de la précédente et se positionne sur un modèle monolithique de l'identité lesbienne.

Toutefois, les jeunes lesbiennes féministes n'utilisent pas exclusivement le terme « lesbienne » pour se définir. Elles mentionnent aussi utiliser les termes « homosexuelle » ou « gaie ». Malgré l'usage de ces multiples termes, elles expliquent ne pas nécessairement les utiliser dans leur conversation quotidienne comme l'explique Louise : « Je ne dis pas : « Hey by the way je suis lesbienne », je parle plutôt de « ma blonde et moi », comme le feraient les hétéros » (Louise). Pour Laurence, l'utilisation du terme « lesbienne » est politique. « Le terme lesbienne, c'est politique pour moi sinon utiliser un terme spécifique pour définir ma sexualité n'aurait aucun intérêt (Laurence). À ce titre, toutes deux ne réduisent pas leur identité à la dimension lesbienne. En se distanciant de l'étiquette « lesbienne », les participantes mentionnent que leur orientation sexuelle n'est qu'un élément secondaire de leur identité. « Mon orientation sexuelle ne change pas la personne que je suis et que j'ai été » (Daphné).

Enfin, la majorité des jeunes lesbiennes féministes participantes à notre étude soulignent ne pas s'être toujours identifiées comme lesbiennes. Elles expliquent s'être définies (souvent à l'adolescence) ou se définir encore parfois comme bisexuelles ou hétérosexuelles pour ne pas être catégorisées et ne pas devoir se justifier.

Les femmes qui ne se disent pas lesbiennes vont plus se présenter comme bisexuelle, pansexuelle ou dans le spectre qui va être moins catégorisant. (Julie)

Au début, j'ai fait ce qu'on appelle « suivre le *flow* », pour mes parents et ma famille pour qui un gars/une fille ensemble allait de soi. Du coup j'ai eu des relations hétérosexuelles pas mal toute ma vie jusqu'à 18 ans. (Helsa)

À ce titre, les jeunes lesbiennes féministes stipulent les difficultés rencontrées quant à la définition de leur orientation sexuelle. Alice l'explique ainsi :

Je me définis comme lesbienne, mais je sais que pour certaines personnes, étant donné la façon dont je vis ma sexualité, je ne le serais pas, alors que pour d'autres ce serait quasiment offusquant si je disais que je ne suis pas lesbienne. Pendant longtemps, j'ai cru que l'on n'avait pas le choix, on était l'un ou l'autre. (Alice)

De plus, les participantes évoquent les stéréotypes associés à l'orientation sexuelle lesbienne telle que la figure de la « butch¹⁰ » et du « tomboy ». Martine expose une anecdote à cet égard :

Un jour une fille est venue me voir en me disant : « Are you gay? You are too beautiful to be gay ». C'était censé être un compliment et en même temps je trouvais ça super insultant. J'ai quasiment été poussée à ne pas m'identifier comme gaie. (Martine)

Par conséquent, bien que toutes les jeunes lesbiennes féministes participantes se définissent lesbiennes, leur définition ainsi que leurs façons de vivre leur sexualité sont singulières. Quand est-il de leur féminisme ?

¹⁰ Butch : lesbienne d'apparence masculine (Larousse en ligne 2017)

4. 1. 2 Définitions du féminisme

Au même titre que le terme « lesbienne », les jeunes lesbiennes féministes précisent la pluralité de définitions du « féminisme ». « Le féminisme est pluriel, c'est important de le noter » (Daphné).

Toutefois, pour définir leur féminisme, les participantes mettent en évidence leur souhait d'atteindre l'égalité. Louise confie : « Je suis pour tout égal, tout compris. Je ne suis pas pour que les femmes prennent le dessus sur les hommes. Je veux que tout soit égal ». Cette définition s'inscrit en cohérence avec la définition du CNRTL qui présente le féminisme comme « un mouvement social qui a pour objectif l'émancipation de la femme, l'extension de ses droits en vue d'égaliser son statut avec celui de l'homme, en particulier dans le domaine juridique, politique et économique » (CNRTL 2012 : s. p.).

Cependant, certaines participantes ajoutent à cette définition la nécessité d'inclure l'égalité homme/femme au sein même des institutions. « Le but du féminisme est évident, c'est d'atteindre l'égalité à tout prix, que l'égalité homme/femme soit incluse dans les institutions » (Alice). À ce titre, les jeunes lesbiennes féministes participantes semblent conscientes des rapports de dominations systémiques de notre société occidentale contemporaine.

Malgré leur conscience des rapports de domination, les participantes ne se définissent pas en tant que « féministes engagées » au niveau des actions politiques. « Je suis féministe et je revendique mes idées, mais je ne manifeste pas » (Julie). Julie laisse entendre que l'engagement féministe se situe à différentes échelles. En effet, à défaut de manifester et de poser des actes politiques visibles en guise de revendication, ces jeunes lesbiennes féministes revendiquent au quotidien, dans leur sphère de proches en ligne et hors ligne, leurs convictions et leurs valeurs féministes. Elles mentionnent conséquemment la lutte féministe quotidienne qu'elles mènent.

C'est sûr que dans ma vie quotidienne, dans mes actes, dans mes valeurs, je rentre dans le moule féministe. Même si je respecte les gens qui ont des modes de vie plus conventionnels, je ne me gêne pas de dire à ceux qui disent que les femmes ne devraient pas faire ou penser d'une certaine façon que je trouve ça déplacé et de leur exprimer mon point de vue même s'il ne leur plait pas » (Daphné).

Les participantes à l'étude ont été sélectionnées notamment sur le critère de s'autoproclamer féministe. Toutefois, comme nous l'avons présenté au chapitre II, le féminisme n'est pas un mouvement homogène, il est représentatif de différents schémas de pensées disparates (universaliste, intersectionnel, radical ou matérialiste, etc.). Conséquemment, nous avons interrogé les jeunes lesbiennes participantes sur leur posture au sein du mouvement féminisme.

4. 1. 3 Les jeunes lesbiennes : quel(s) féminisme(s) ?

Les jeunes lesbiennes participantes à notre étude s'identifient féministes. Sans nécessairement être engagées dans un mouvement ou détenir des connaissances spécifiques sur le féminisme, elles déclarent avoir une sensibilité particulière envers les enjeux féministes. Dans le chapitre II, nous avons présenté les différentes luttes féministes, distinguées en vagues. Tandis que les féministes de la première vague luttent pour le droit de vote et pour l'accès à l'égalité dans la sphère publique à partir du XIXe siècle, la seconde vague s'engage pour la libération des femmes, à partir des années 1960 (Husson 2016 : 7). La troisième vague féminisme s'inscrit avec la déconstruction de la catégorie « femme » en tant que catégorie unique et monolithique, critiquée par les femmes de couleur et des personnes issues de la diversité sexuelle. En interrogeant les participantes sur leurs convictions féministes, nous avons cherché à savoir à quelle vague elles se rattachent ou se rapprochent afin d'éclairer, plus tard, nos résultats quant à leur présentation de soi en ligne et les potentielles tensions ou recoupement avec le contexte hétéronormatif.

4. 1. 3. 1 La socialisation de genre

Dans la société contemporaine, les participantes associent la distinction entre les hommes et les femmes aux stéréotypes de genre.

Quand je suis en uniforme au travail et que l'on me dit, « excusez-moi monsieur » parce que j'ai la tête rasée. Voyons, ce n'est pas parce que j'ai les cheveux courts que je suis un homme. Ça montre que l'on a été trop catégorisé. (Helsa)

En ce sens, les jeunes lesbiennes féministes évoquent le poids social lié aux sexes et aux genres, en affirmant qu'une femme doit incarner le genre « féminin » afin d'être reconnue comme telle en société. À ce titre, les participantes exposent que le système sociétal impose aux individus des comportements à adopter.

Le genre est complètement construit, on ne devrait pas juger les gens parce qu'elles ont les cheveux courts ou longs, qu'elles aiment mettre des pantalons plus que des robes. Je trouve ça absurde. (Martine)

Dans cette perspective, les jeunes lesbiennes féministes corroborent que chaque sexe doit s'adapter au genre qui lui est destiné (Butler 2013). Simone de Beauvoir (1949) suggérait que l'identité féminine se construit à travers le social. Au même titre, les participantes sont d'avis qu'il existe une socialisation de genre, qui présente la façon dont chaque personne, dès la naissance, apprend à travers les institutions (école, famille, médias) à se comporter, à parler, à se tenir et à penser au sein du monde en fonction de son genre (Husson 2016). Pour illustrer, Julie et Helsa présentent la place réductrice de la femme avec l'exemple de leurs parents.

La génération de mes parents, les hommes, ils allaient au garage, ils fumaient des clopes, ils parlaient hockey, pis les femmes elles cuisinaient. (Julie)

Ma mère est restée à la maison, mon père devait avoir à manger dans son assiette quand il rentrait. Ils ont été élevés comme ça. (Helsa)

Par le biais de ces exemples, les participantes témoignent des discriminations vécues par les femmes auxquelles Laurence ajoute :

Il y a tellement de discrimination avec ce qu'on représente comme la féminité. J'aimerais que le genre n'influence plus la façon dont on vit en société, comme un handicap parce qu'on est né avec une vulve ou des ovaires, ou bien que l'on désire en avoir. (Laurence)

Ces exemples montrent aussi que l'idéologie associée au sexe et au genre est tellement omniprésente que les stéréotypes sont souvent évoqués dans la société comme étant des éléments naturels. Les individus intériorisent des pratiques, des gestes et des réflexes qui leur semblent naturels (Husson 2016 : 7).

Pour moi, parler de genre féminin et de genre masculin c'est une chose qui me dérange. C'est un truc qui me dérange vraiment de dire : « si tu es une femme, tu sors avec un homme », « si tu es une femme, tu restes à la maison », « si tu es une femme, tu vas à la toilette des femmes ». (Daphné)

Le genre est construit puisqu'il n'est jamais pareil, il change d'une culture à l'autre, et même dans une même culture, voilà pourquoi il est difficile de ramener quelque chose à la biologie. (Laurence)

Les convictions des jeunes lesbiennes féministes envers les stéréotypes de genre montrent qu'elles considèrent la différenciation entre les hommes et les femmes comme un construit sociale.

4. 1. 3. 2 Un discours alternatif

Afin de faire face aux préjugés et aux pressions sociales que crée le système actuel, les participantes estiment devoir se faire entendre pour être en mesure de modifier les normes. Daphné l'explique dans ces termes :

Je trouve ça important d'exprimer son opinion. Les femmes doivent s'exprimer. Je respecte les gens qui pensent différemment de moi, même si parfois je trouve très difficile d'entendre ce qu'ils disent. Pour ma part, je prends toujours le temps d'expliquer mon point de vue, même si ça ne se passe pas toujours bien. (Daphné)

Dans le même sens, Alice évoque participer à la prise de parole féministe dans l'espace public afin de faire entendre son point de vue, même s'il est parfois en désaccord avec certaines féministes. Par exemple, elle mentionne son refus de considérer les femmes comme des « victimes » :

Je n'aime pas l'image victimisante de la femme présentée par certaines féministes. Selon moi, cette image n'est autre qu'un discours d'autojustification qui entraîne une vision très conservatrice et honteuse de la sexualité, entre autres. (Alice)

Ce discours montre l'objectif, présent chez les participantes, de changer les mentalités en exposant autant que possible leur point de vue, même si cela doit prendre du temps et de l'énergie. En ce sens, les jeunes lesbiennes féministes que nous avons rencontrées estiment nécessaire de tenter d'altérer l'idéologie dominante en exposant leur point de vue féministe en société.

Malgré leurs revendications pour faire évoluer la place des femmes dans la société en vue d'obtenir une réelle égalité, les participantes sont optimistes quant à la situation actuelle au Québec.

Je trouve qu'on est quand même chanceuse, même si ce n'est pas gagné à 100% je trouve qu'on est pas mal avancée. Notamment, parce que de plus en plus de revendications féministes sont visibles dans la sphère publique. (Louise)

Même si la question du féminisme n'est pas réglée, on tend quand même vers des changements bénéfiques. On voit des femmes dans le travail de la construction. On a quand même de la chance au Québec avec la place des femmes, parce que ce n'est pas partout comme ça. On a encore beaucoup de choses à régler, mais il y en a encore plus dans le monde. (Rose-Anne)

Malgré le point de vue optimiste des jeunes lesbiennes féministes quant à la place des femmes et du féminisme dans la société québécoise, Rose-Anne précise à juste titre que cette situation est spécifique à la province du Québec et qu'elle ne peut être généralisée.

4. 1. 3. 3 Un discours intersectionnel

La littérature issue de la 3^e vague féministe déplore le caractère élitiste du féminisme actuel souvent intellectuel et blanc. Les jeunes lesbiennes féministes, semble avoir un ressenti comparable aux observations présentées dans la littérature (Mensah 2005). À ce titre, elles se préoccupent des différentes sphères d'oppressions sociétales puisqu'elles considèrent tout autant les discriminations autres que celles vécues par les femmes. « Il y a cette domination de l'homme blanc comme au-delà de tout, mais la femme blanche juge autant l'homme ou la femme noire » (Julie). Elles évoquent ainsi les multiples formes de domination et de discriminations vécues dans la société et semblent avoir la volonté d'inclure dans leurs revendications l'ensemble des discriminations sociétales vécues par les personnes : racisées, handicapés, pauvres, non-binaires, et tous les groupes minoritaires. Elles dénoncent ainsi l'interconnexion des différentes sphères d'oppression présentes dans la société (Mensah 2005) et exposent l'intersectionnalité de ces oppressions comme particulièrement significative. « Je m'intéresse beaucoup à l'intersectionnalité » (Martine).

Comme nous le soulignons au chapitre II, l'approche féministe issue de l'intersectionnalité fait référence aux différentes sphères d'oppression vécue simultanément, qui créent des problématiques spécifiques pour les personnes qui les cumulent. Par exemple, un homme racisé ayant un handicap ne vivra pas les mêmes rapports d'oppression qu'une femme bisexuelle et pauvre. À ce titre, les jeunes lesbiennes féministes s'exposent minimalement à une double discrimination dans la

société, liée à leur appartenance à la catégorie de sexe « faible » et à leur diversité sexuelle. Cela explique leur intérêt envers l'approche intersectionnelle issue du féminisme de la 3^e vague.

Martine est toutefois la seule à s'être identifiée ouvertement à la 3^e vague féministe. Elle précise toutefois que beaucoup de choses ne sont pas claires et idéales pour elle au sein de ce mouvement. À ce titre, bien que la posture de troisième vague n'a pas été spécifiée par la majorité des participantes, leurs propos cadrent à plusieurs égards avec les définitions de ce mouvement. Les jeunes lesbiennes féministes participantes semblent toutes s'inscrire dans la 3^e vague féministe puisqu'elles acceptent leurs propres conflits internes en tant que femmes/féministes, occidentales/orientales, bisexuelles/lesbiennes, mères/putes, oppresseuses/oppressees et reconnaissent qu'elles sont un peu tout ça à la fois (Mensah 2005).

4. 1. 4 Synthèse

De cette partie sont ressorties deux définitions du terme « lesbienne ». L'une faisant référence au caractère amoureux et à l'attirance envers les femmes, l'autre concerne l'exclusivité des relations sexuelles avec des femmes. Toutefois, les participantes n'utilisent pas nécessairement ce terme pour se définir notamment parce qu'elles estiment qu'il s'agit d'un élément secondaire de leur identité et s'opposent au stéréotype associé à cette orientation sexuelle. Par ailleurs, les jeunes lesbiennes féministes définissent le féminisme par le souhait d'atteindre l'égalité culturelle et institutionnelle. À ce titre, nous estimons que les jeunes lesbiennes s'inscrivent dans la troisième vague féministe à plusieurs égards. D'une part, leur posture constructiviste situe l'origine des oppressions dans un phénomène culturel et social. De plus, elles exposent un discours alternatif dans une visée sociale et de modification des normes. Enfin, elles reconnaissent les multiples sphères d'oppressions et de l'élitisme du

féminisme. Ces trois éléments nous permettent de considérer que les jeunes lesbiennes féministes participantes se situent dans le prolongement des discours hétérogènes du mouvement féministe.

4. 2 Analyse des usages de Facebook par les participantes

Suite à notre analyse, deux types d'usages de la plateforme sociale Facebook semblent se distinguer dans la négociation identitaire des jeunes lesbiennes féministes. Il s'agit de l'usage social et de l'usage politique.

4. 2. 1 Un usage ancré dans le quotidien

Les jeunes lesbiennes féministes de notre étude utilisent Facebook plusieurs fois par jour. Elles se connectent au minimum de 2 à 3 fois par jour, et pour les plus actives, toutes les 20 minutes. Si certaines participantes utilisent parfois leur ordinateur ou tablette pour se connecter au réseau social, toutes désignent leur téléphone comme principal outil d'usage. Rose-Anne explique : « Je l'utilise pour faire passer le temps, quand je prends le transport en commun je l'utilise beaucoup » (Rose-Anne). La mobilité du téléphone intelligent rend la connexion possible partout et en tout temps pour les usagères. En ce sens, l'usage de Facebook est ancré dans le quotidien et la mobilité.

De plus, les participantes affectionnent la plateforme étant donné l'accès facilité pour obtenir des nouvelles de personnes avec qui elles n'ont pas ou peu de contact direct.

J'aime beaucoup avoir des nouvelles de ma famille et leur en donner. J'ai moins de contact physique avec eux, donc j'aime ça pour les photos. C'est une façon d'être en contact rapidement bien que ce n'est pas la même chose. (Laurence)

À l'inverse, certaines participantes trouvent relativement insignifiantes certaines publications sur le quotidien de leurs amis. À ce titre, elles estiment que certaines personnes utilisent précisément Facebook pour s'exposer ou pour épier la vie des autres.

Certains postent des photos ou de brefs messages sur leurs activités quotidiennes. On voit beaucoup de photos de la vie des gens qui vont au parc et qui font un *selfie* pour avoir l'attention. Je n'ai rien contre ça, beaucoup de mes amies font ça, mais je trouve ça un peu insignifiant.
(Rose-Anne)

En ce sens, même si quelques-unes de nos participantes disent être « tannées » de Facebook, elles restent inscrites sur la plateforme pour garder contact. Elles utilisent la plateforme afin de socialiser et de rencontrer de potentielles partenaires. D'ailleurs, nous avons recruté trois participantes sur des groupes Facebook de rencontre destinés aux lesbiennes. Ces trois participantes ont stipulé apprécié les groupes pour élargir leur réseau. « Récemment, je me suis mise à parler à plusieurs personnes. C'est le fun, ça agrandit mon réseau » (Daphné). Elles apprécient aussi les groupes Facebook pour lire des articles et s'informer sur des sujets englobants les thématiques féministes, antiracistes, LGBTQ+ et pour s'informer plus largement.

4. 2. 2 Les motivations de l'usage

Nos participantes se sont majoritairement inscrites sur Facebook entre 2007 et 2008. Seule Laurence explique s'être inscrite « très tard », c'est-à-dire en 2011, soit environ 4 ans après les premières participantes. Laurence explique s'être inscrite sur la plateforme à cause de la pression sociale de sa famille.

Tout le monde me disait : « On n'a pas de nouvelle de toi, pourquoi tu ne t'inscris pas sur Facebook ? ». Donc je m'y suis inscrite pour ma famille qui habite loin. (Laurence)

À l'exception de Laurence, les participantes se sont donc inscrites rapidement sur la plateforme suite à son ouverture au grand public. Elles expliquent avoir été influencées par la pression sociale. Par exemple, les participantes évoquent s'être inscrites sur la plateforme afin de suivre la tendance : « Je me suis inscrite pour suivre. Tout le monde avait Facebook. C'était populaire et tout le monde en parlait » (Helsa).

La seconde motivation d'inscription des participantes est l'envie de communiquer. Elles voient dans cette plateforme un outil pour rester en contact avec des personnes éloignées.

J'avais vu une pub sur MSN. Je finissais le secondaire et la pub c'était un album de finissant qui disait « restez connectés ». Ça coïncidait avec ma fin de secondaire donc je me suis dit que j'irai voir. Finalement, je n'avais que mes sœurs dessus au départ. Donc je ne l'ai pas vraiment utilisé jusqu'à ce que tout le monde soit dessus. (Julie)

La troisième motivation d'inscription des participantes sur la plateforme est le partage de contenu. « J'ai tout de suite été attirée par les réseaux sociaux. Je trouvais ça formidable tout ce que l'on pouvait partager et tout ce que l'on pouvait trouver » (Rose-Anne). En ce sens, les participantes utilisent Facebook comme un médium d'information à double sens, où elles reçoivent et partagent du contenu. Certaines précisent que beaucoup de leurs contacts ont les mêmes idées qu'elles. Conséquemment, elles trouvent intéressant de consulter les publications de ces contacts spécifiquement. « J'ai des gens qui ont un peu les mêmes idées alors je regarde ce qu'iels¹¹ publient. Je trouve ça intéressant pour ça » (Alice).

Enfin, la quatrième motivation d'inscription des jeunes lesbiennes féministes est l'envie de s'exposer et de se montrer. « C'était à la fin de l'adolescence, au début on se cache, pis à la fin on s'expose. À ce moment-là, j'étais vraiment contente à l'idée de

¹¹ Iels : Pronom de la troisième personne du pluriel qui signifie ils ou elles permettant de désigner n'importe qui, sans distinction de genre

m'exposer » (Martine). Nous reviendrons sur cette thématique au chapitre sur la négociation identitaire des jeunes lesbiennes féministes.

Finalement, les motivations principales d'inscription des jeunes lesbiennes féministes semblent être exhaustivement, mais non inclusivement : la pression sociale, le désir de communiquer, le partage d'information et l'exposition de soi.

4. 2. 3. Les types de contenu consommés

Les participantes à notre étude sont toutes inscrites à des groupes féministes et/ou LGBTQ+ sur Facebook (ex. des groupes : Lesbienne Montréal ; Lesbiennes seulement; Les copines). Nous avons exposé, dans le chapitre I, que les réseaux sociaux permettent l'intégration d'un « savoir non-local pouvant être incorporé de manière réflexive dans le processus de formation de soi » (Thompson 1995 : 66). À ce titre, l'intérêt des jeunes lesbiennes féministes pour Facebook provient en partie de l'important flux d'informations disponibles.

Les jeunes lesbiennes féministes que nous avons rencontrées estiment que les groupes Facebook offrent la possibilité de discuter de sujets tabous, d'entretenir des discussions non homophobes dans un espace parfois exclusivement féminin, grâce à l'usage de groupes fermés. Les participantes précisent que les sujets de discussion sur les groupes féministes et LGBTQ+ ne sont que rarement couverts par les médias traditionnels. En ce sens, elles estiment que ces groupes ouvrent la discussion sur des sujets souvent controversés en société. Helsa l'évoque ainsi :

J'aime les groupes où on parle de choses taboues et qui mettent mal à l'aise. Par exemple, la fluidité sexuelle des jeunes c'est le genre de trucs qui m'intéressent parce que l'on n'en parle jamais en société. (Helsa)

Les jeunes lesbiennes féministes semblent utiliser les groupes Facebook féministes et LGBTQ+ pour développer leurs connaissances sur des sujets précis et parfois controversés où passer sous le silence dans la sphère publique. De plus, les participantes évoquent intégrer ce type de groupes en guise de *safe-space*¹² où elles sont certaines de ne pas lire de discours homophobes grâce au caractère plus ou moins fermé de ce type de groupe. Toutefois, les participantes expliquent que les discussions sont parfois houleuses étant donné la pluralité des féminismes, des idées et des discours. Daphné l'explique ainsi :

Même sur les groupes féministes ce n'est pas nécessairement facile. Il y a des divergences au niveau des idées, des façons dont les choses sont nommées qui ne sont pas tout le temps facile à lire. (Daphné)

Malgré les restrictions d'admission dans la majorité des groupes (non mixtes, fermés, *safe-space*) qui permettent aux participantes de se retrouver entre-elles, elles stipulent ne contribuer que très peu sur les groupes et les utiliser davantage pour lire et s'informer. « Avec les groupes Facebook, j'apprends énormément, c'est magnifique, c'est merveilleux pis j'adore ça. » (Daphné).

4. 2. 4 Synthèse

Dans cette seconde partie portant sur l'usage de Facebook des participantes, nous avons montré que l'usage de Facebook des jeunes lesbiennes féministes s'inscrit dans leur vie quotidienne grâce à la mobilité des téléphones intelligents. Deux types d'usages de Facebook ont émergé. Le premier type est l'usage social. À ce titre, les participantes se sont inscrites sur la plateforme par pression sociale, par envie de communiquer, de partager du contenu et de s'exposer. Le second type est l'usage politique. Pour cette raison, les jeunes lesbiennes féministes sont inscrites sur des groupes féministes et

¹² Safe-space : « espace sécurisé » ou « espace sûr »

LGBTQ+. Elles apprécient ces groupes pour leur important flux d'information disponible et des revendications souvent passées sous silence dans les médias traditionnels.

4.3 Conclusion

Dans ce chapitre portant sur l'identité des jeunes lesbiennes féministe, nous avons tout d'abord exposé les différentes définitions de « féministe » et de « lesbienne » telles que présentées par les participantes lors des entrevues. À ce titre, nous avons montré que la vision des participantes s'inscrit dans la troisième vague féministe ainsi que dans une approche intersectionnelle, c'est-à-dire de lutte contre l'ensemble des rapports de domination présents dans la société, incluant les rapports d'oppressions découlant des origines culturelles et sociales. Ensuite, nous avons analysé le processus de présentation de soi des jeunes lesbiennes sur Facebook au travers de l'analyse de leur usage. Dans le chapitre suivant, nous allons aborder la négociation identitaire des jeunes lesbiennes féministes dans un contexte hétéronormatif.

CHAPITRE V

LES STRATÉGIES DE NÉGOCIATION IDENTITAIRE

Ce chapitre permet de répondre à notre question principale de recherche et à notre troisième objectif de recherche dans lequel nous tâcherons de comprendre comment l'usage de Facebook dans la vie quotidienne participe d'une négociation identitaire des jeunes lesbiennes féministes. Ce chapitre permettra aussi de recadrer nos résultats dans le contexte hétéronormatif actuel en exposant les normes, les résistances et les tensions perçues dans nos observations des profils et des entretiens. Dans une première partie, nous exposerons les composantes principales de l'identité des utilisatrices de Facebook. Puis, nous évoquerons les différentes pratiques de publication. Nous présenterons une conclusion de notre étude dans une troisième partie.

5.1 Les composantes de l'identité numérique

Comme exposé précédemment, la présentation de soi est un agencement d'informations qui réfère à la fois à une partie stable et à une partie changeante de l'utilisatrice (Denouël 2010). Le fragment relativement invariable renvoie à la mise en

visibilité d'éléments identitaires singuliers de l'usagère tels que la date de naissance, le genre, la situation géographique, tandis que le fragment changeant est relatif aux publications quotidiennes reliées à un travail réflexif régulier. En ce sens, l'usage des médias socionumériques supporte la mise en ligne de contenus plus ou moins personnels et singuliers, publiés sous différents formats de façon plus ou moins visible. Nous analyserons donc le profil, la liste d'amies et le degré de visibilité des profils afin de dégager les différentes composantes de l'identité et d'approfondir notre question de recherche.

5. 1. 1 Le profil

La première composante de l'identité numérique sur les réseaux socionumériques est le profil (boyd et Ellison 2007). Le profil livre des informations concernant des éléments identitaires primaires incluant non exhaustivement l'âge, la profession, le genre, la situation amoureuse et géographique. Les participantes indiquent leur nom complet sur leur profil. Seule Laurence utilise un pseudonyme au lieu de sa réelle identité.

Mon nom est indiqué partout sur le site de l'organisme pour lequel je travaille et parfois des personnes tentent de rentrer en contact avec moi ou de créer des liens. Ils ne se rendent pas compte qu'il s'agit de ma job. Si j'utilisais mon vrai nom sur Facebook, je serais beaucoup trop facilement trouvable. En plus, je publie beaucoup de choses personnelles donc je ne souhaite pas être retrouvée par ces personnes. (Laurence)

Par ailleurs, les jeunes lesbiennes féministes que nous avons rencontrées indiquent toutes leur ville de résidence actuelle comme étant Montréal, elles révèlent presque toutes leur activité professionnelle et ont une photo de profil les mettant en scène. Fait intéressant, seule Daphné indique être de genre féminin. Les autres stipulent que ce n'est pas vraiment nécessaire, car cette composante ne définit pas leur identité. De plus,

aucune des jeunes interrogées ne présente clairement son lesbianisme ou son appartenance à la diversité sexuelle sur son profil. Par exemple, Alice explique ne pas vouloir mettre ses contacts dans l'embarras en indiquant son orientation sexuelle sur le réseau. Elle explique avoir des contacts qu'elle trouve très intéressants, mais qui sont parfois homophobes. Elle explique donc ne pas vouloir perdre ces relations à cause de cela.

Je pense qu'il y a beaucoup de gens pour qui c'est religieux ou que ça fait simplement partie d'eux. Ils sont homophobes, mais un peu dans le déni de leur identité. Je pense que je m'assume aussi, peut-être que si je ne m'assumais pas ce ne serait pas pareil. (Alice)

Alice gère cette situation en ménageant certains contacts, appuyant sa décision sur le fait qu'elle s'assume, sous-entendant que c'est cela qui prime. Elle parvient ainsi à tolérer le cadre hétéronormatif actuel dans son expérience de Facebook, notamment lorsque les propos homophobes sont « le résultat » d'un legs culturels ou religieux.

Par ailleurs, Julie ajoute que ses amies hétérosexuelles n'indiquent pas non plus leur orientation, donc elle n'estime pas devoir le faire puisque son orientation sexuelle ne la définit pas. Ce refus des étiquettes se retrouve dans la pensée féministe de la troisième vague qui évolue vers le mouvement queer où l'identité est comprise comme multiple.

Je suis tellement d'autres choses que lesbienne. Mon orientation ne change en rien ma personne. (Julie)

Au même titre, aucune n'indique son statut de couple malgré la fonctionnalité offerte par la plateforme. Louise explique :

J'ai déjà été en couple sur Facebook, c'est sûr que j'ai aimé qu'on nous félicite à ce moment-là. Mais ça a été moins drôle à la séparation où j'ai eu l'impression de devoir publiquement afficher mes problèmes de couple. (Louise)

La littérature indique que les éléments primaires de l'identité, comme la déclaration d'un genre ou d'une orientation sexuelle, sont à comprendre comme un acte explicite de l'écriture soi (boyd 2009). Toutefois, les jeunes lesbiennes féministes interrogées indiquent que très peu d'éléments primaires puisqu'elles jugent qu'exposer un certain nombre de caractéristiques ne traduirait pas correctement leur identité réelle. Elles estiment que ce type d'information ne ferait que leur apposer des étiquettes qui ne reflèteraient pas leur identité ou qui les limiteraient. À ce titre, les participantes utilisent d'autres techniques pour présenter leur identité, qui se situe davantage dans un travail expressif où elles performant leur identité grâce à des stratégies de mise en ligne de contenus plus ou moins personnels, orientés vers certains thèmes (Allard et Blondeau 2007 ; Cardon 2008). Nous reviendrons sur ces pratiques à la partie 5.2 portant sur les pratiques de publications.

5. 1. 2 La liste d'amies

La constitution d'une liste d'amies fait partie des principales composantes des profils d'usagères sur les réseaux sociaux numériques (boyd et Ellison 2007). À ce titre, Facebook propose à chaque utilisatrice d'entrer en contact avec d'autres usagères. La liste d'amies est constituée par l'usagère en fonction des bénéfices d'inclure ou d'exclure des personnes de son réseau (Denouël 2010). Généralement, les participantes ne restreignent pas leur liste d'amies. Julie et Martine le font seulement si elles trouvent certaines personnes inintéressantes.

Quand je lis des publications plates, racistes, sexistes ou autres, c'est clair que je retire directement la personne de mes contacts. Je n'ai clairement pas envie de voir ça quand je me connecte à Facebook. (Julie)

En ce sens, certaines participantes excluent des personnes de leurs listes d'amies dans le cas où elles ne portaient pas d'intérêt pour les personnes ou leurs publications, ou si

elles ont des valeurs, découlant de l'hétéronormativité, en rupture avec les leurs. Cela s'inscrit en continuité avec les observations de boyd et Ellison (2007), selon lesquelles la constitution de la liste d'amies est travaillée en fonction des bénéfices d'inclure ou d'exclure des personnes de son réseau. Helsa évoque d'ailleurs avoir exclu un certain nombre de contacts de son profil Facebook lorsqu'elle a commencé à fréquenter des femmes.

J'ai fait un gros ménage dans mes amies Facebook quand j'ai commencé à sortir avec des femmes parce que je n'avais pas envie de me cacher sur mon profil. J'ai préféré virer les personnes en qui je n'avais pas vraiment confiance. (Helsa)

Les propos d'Helsa évoquent l'(in)capacité de certains contacts à accepter une orientation sexuelle qui diffère des codes hétéronormatifs. Pour rendre son environnement Facebook plus accueillant, Helsa a donc supprimé des personnes de ses contacts. À l'inverse, Rose-Anne ne restreint pas sa liste d'amies, mais elle la rend invisible.

J'ai eu des ex qui sont allées chercher à se créer des contacts avec mon réseau en utilisant ma liste d'amies. Quand c'est une amie qui fait ça, ce n'est pas super cool, mais on accepte, quand c'est ton ex, ça fait un peu plus mal. Donc aujourd'hui, je préfère ne plus rendre ma liste d'amies visible et ne plus vivre ce genre de situation. (Rose-Anne)

Le profil est articulé à une liste d'amies, visible uniquement par les personnes ayant la permission (boyd et Ellison 2007). Les propos de Rose-Anne résonnent donc avec la littérature et montrent l'importance de la constitution de la liste d'amies organisée tel un capital social numérique. Les réflexions et le travail parfois minutieux opéré sur cette liste d'amies témoignent de l'importance de ce capital, de ces relations, dans l'usage de Facebook. En limitant sensiblement leurs listes d'amies, les usagères choisissent de restreindre leurs contacts à une sphère plus ou moins proche. À ce titre, il nous semble qu'elles contrôlent leur environnement Facebook afin d'être à l'aise

pour s'y exprimer. Avec des contacts en accord avec leurs identités et leurs codes non-hétéronormatifs, elles ont moins la nécessité de restreindre leurs publications.

5. 1. 3 Le degré de visibilité

La troisième composante contribuant à l'identité numérique est le degré de visibilité du profil (boyd et Ellison 2007). Le degré de visibilité inclut les interactions publiques, semi-publiques ou privées entre les participantes (Ibid). À ce titre, plusieurs formes de mises en visibilité plus ou moins cachées/montrées existent où les utilisatrices mettent en place des stratégies d'ajustement et de distance par rapport aux plateformes pour façonner leur identité (Cardon 2008). Par exemple, aucune des participantes n'indique textuellement son orientation sexuelle. Elles ne se cachent pas pour autant et estiment leur lesbianisme relativement évident si l'on considère leurs publications.

Je publie beaucoup de photos de femmes lesbiennes dans des films.
(Louise)

Je n'indique pas mon orientation sexuelle, mais en même temps je publie des photos de ma blonde pis moi, donc c'est quand même assez évident, je crois. (Helsa)

Au même titre, aucune participante n'estime qu'il soit « risqué » de montrer des éléments de son identité telle que l'orientation sexuelle lesbienne sur le réseau social. Les activités en ligne sont constamment vues comme moins engageantes et moins compromettantes (Granjon et Denouël, 2010). En ce sens, les manifestations de soi des jeunes lesbiennes féministes se retrouvent souvent aux frontières de la pudeur, de l'intime, du public et du privé (Ibid). Par exemple, une publication de photos personnelles est de l'ordre de l'intime. À l'inverse, le partage d'un article politique peut être lié aux convictions de l'usagère, mais ne relève pas de l'intime. Le contexte social, culturel et géopolitique spécifique à la région de Montréal est aussi à prendre en compte

dans le sentiment de sécurité relative exposé par les participantes. Pour les participantes, l'homosexualité est davantage acceptée qu'ailleurs au Québec ou dans le monde : « Pour quelqu'un de Montréal, je ne pense pas que ce soit risqué. » (Julie). De plus, les participantes estiment bien connaître les personnes dans leur liste de contacts, ce qui rendrait la publication de contenus concernant leurs valeurs ou orientation sexuelle moins risquée :

Ce n'est pas risqué parce qu'avec mes contacts Facebook, on se connaît, on s'est déjà vu. Donc elles savent que je ne suis pas hétérosexuelle. (Helsa)

Pourtant, nous avons estimé durant notre observation non-participante que les jeunes lesbiennes féministes rendant visible leur liste d'amies comptaient entre 515 et 1000 « amies ». Il semble donc difficile d'envisager que les participantes connaissent intimement chacune de leurs contacts. À ce titre, le réseau et la visibilité des publications qui en découle semblent largement sous-estimés par les participantes (Cardon 2008).

Le contexte sociopolitique éclaire également un autre aspect de la gestion des listes d'amies et des éléments que les participantes choisissent de dévoiler ou pas. En effet, Montréal, comme le reste du pays, est un lieu d'immigration. Plusieurs des participantes présentent cette particularité par leur vécu :

Avant de connaître ma blonde, qui est d'origine libanaise issue d'une famille musulmane, j'aurais dit qu'il n'y avait aucun risque, absolument aucun. Pourtant, des membres de sa famille au Liban ont vu mon profil et ont compris que nous étions en couple. Ça a créé beaucoup de problèmes. Donc effectivement pour certaines communautés, ça peut être quelque chose de très hostile. (Louise)

Mon ex était nigérienne. Clairement, je n'aurais jamais rien mis à propos de notre couple parce que ça aurait pu faire en sorte qu'elle se fasse lapider. (Martine)

Dans le même sens, une des participantes d'origine haïtienne exprime que sa famille lui a, à plusieurs reprises, demandé de retirer des photos de son couple, car leurs amies issues de la communauté haïtienne les importunaient quant à son orientation sexuelle.

Ces extraits d'entrevues illustrent que dans un contexte relativement ouvert à la diversité tel que Montréal, la négociation de sa présence en ligne est importante lorsque l'on porte une identité non-hétéronormative. En effet, le degré de visibilité de soi sur les réseaux sociaux peut avoir des conséquences sérieuses pour les usagères et les personnes rendues visibles par les publications.

5. 1. 4 Synthèse

Suite à l'étude des composantes de l'identité numérique des participantes, nous constatons qu'elles choisissent de dissimuler ou de ne pas renseigner certains éléments de leur identité, même si elles ne l'expliquent pas dans ces termes. Elles ont plusieurs fois indiqué agir *par rapport* à leur orientation sexuelle ce qui sous-entend que le contexte hétéronormatif participe de la négociation identitaire qu'elles opèrent en ligne. Les participantes ont développé diverses stratégies afin de se préserver des propos homophobes ou du regard des personnes qui internalisent fortement le schéma hétéronormatif. Par exemple, les participantes de notre étude limitent la visibilité de leur liste d'amies ou suppriment certaines personnes de leurs contacts. À ce titre, le profil Facebook des participantes est constitué dans une logique de création d'un espace « sécuritaire » pour soi.

5. 2 Les pratiques de publication

Les jeunes lesbiennes féministes ne consomment pas uniquement du contenu dans Facebook. Elles publient également, dans une logique d'usage contributif. L'usage

contributif est un type d'usage porté sur la participation et sur le rapport aux autres usagères (Proulx 2009). Les participantes de la recherche publient deux types de contenu particulier : le contenu à caractère personnel et le contenu politique, que nous regroupons respectivement sous le registre des pratiques de publications sociales et politiques. Ce type de publication participe du processus de présentation de soi des usagères dans le but d'apparaître telles qu'elles le désirent (Georges 2010).

5. 2. 1 Les pratiques de publication sociales

Le premier type de contenu, dit « personnel », correspond à des éléments de la vie quotidienne tels que des photos de vacances, du contenu humoristique ou basé sur des intérêts personnels comme la cuisine. Les jeunes lesbiennes féministes que nous avons rencontrées publient très fréquemment des données textuelles et visuelles participantes de la présentation de soi (Allard et Blondeau 2007), telles que des photos de vacances. « Je partage surtout des photos quand je vais en voyage. Ce sont surtout des albums » (Julie). À ce titre, ce type de publication s'intègre dans la vie quotidienne des usagères, tout en témoignant de ce quotidien (Breton et Proulx 2006 : 272). Elles estiment que ce contenu plaît à leur entourage et qu'il leur permet de surcroît de préserver leur souvenir. « J'aime partager des photos, quand je vais en voyage [...] et je sais que ma famille va aimer ça » (Julie). Pour illustrer ce type de publication, voici deux extraits des albums de photos de voyage tiré des profils de Julie et d'Helsa :



Figure 1 : Album des photos de voyage tiré du profil de Julie

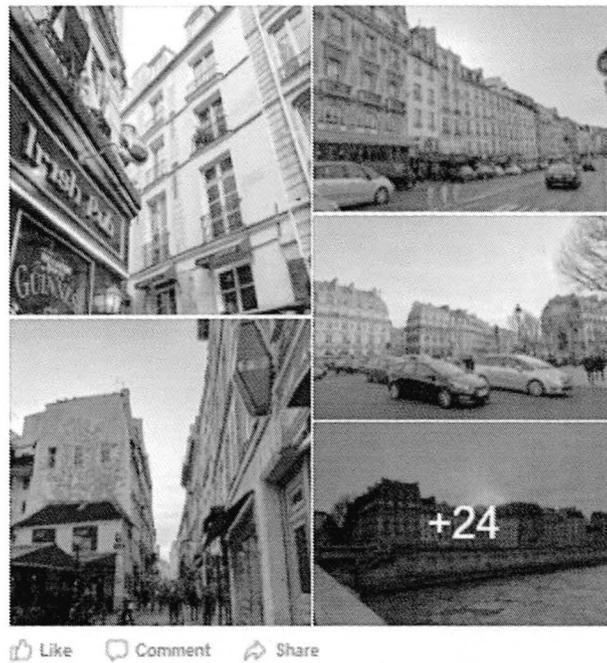


Figure 2 : Album des photos de voyage tiré du profil de Helsa

Dans ces albums photo, les participantes publient très peu de photos où elles se mettent en scène, comme l'explique Rose-Anne : « Je ne mets pas beaucoup de photos de moi. Si j'en mets, elles sont parfois visibles juste pour mes amies proches » (Rose-Anne). Ces propos montrent que l'appropriation de la plateforme joue un rôle important dans leur vie sociale, notamment pour maintenir le lien avec l'entourage ou la famille pendant les déplacements et les voyages, et qu'elles maîtrisent le dispositif suffisamment pour choisir ce qu'elle révèle et à qui lorsqu'elles se mettent en scène (Jouët 2000 : 503).

Le contenu personnel publié par les participantes concerne également des anecdotes comiques et les choses qui les passionnent (la cuisine, le dessin, etc.). Seule Helsa semble utiliser Facebook pour documenter son quotidien de manière plus systématique. Elle apprécie la publication de photos de ses activités quotidiennes, de ce qu'elle accomplit et des moments qu'elle trouve particulièrement agréables. Elle publie ce type de contenu pour permettre à ses contacts de « suivre sa vie », tout en n'affichant qu'une facette de celle-ci, c'est-à-dire ce qu'elle choisit.

Ces usages contributifs, les choix de montrer ou non certains éléments, ainsi que la sélection des publics auxquels sont montrées certaines images correspond à la métaphore théâtrale de Goffman. L'actrice est en représentation et effectue des choix en fonction des attentes sociales de son audience (1973 ; Denouël 2010 :16). Les participantes rendent visibles certains éléments et en cachent d'autre afin de respecter leur identité tout en préservant leurs différentes façades et en minimisant les malaises (Goffman 1973).

5. 2. 2 Les pratiques de publications politiques

Les publications de contenu à caractère politique sont le second type fréquemment diffusé par les jeunes lesbiennes. Les contenus politiques publiés par les participantes

concernent majoritairement les droits et évènements LGBTQ+ ou encore des enjeux féministes. Ce type de publication montre la relation entre l'usage des dispositifs techniques et les transformations sociétales (Jouët 2000 : 496). En effet, les jeunes lesbiennes féministes publient des photos des festivals comme les différentes Fiertés (*gay prides*) auxquelles elles participent afin d'offrir de la visibilité à ces évènements qu'elles estiment très importants pour les personnes issues de la diversité sexuelle. Les illustrations suivantes sont tirées des albums de photos de la Fierté (Montréal et Toronto) des profils de Julie et d'Helsa :

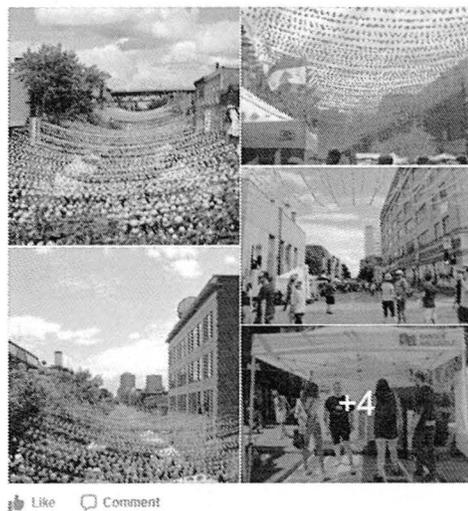


Figure 3 : Album des photos de la Fierté tirée du profil de Julie



Figure 4 : Album des photos de la Fierté tirée du profil d'Helsa

En plus de diffuser des images de la Fierté, les jeunes lesbiennes féministes que nous avons rencontrées publient du contenu en lien avec les droits et le vécu des personnes issues de la diversité sexuelle. À ce titre, elles exposent par exemple du contenu montrant l'acquisition de droit par la diversité sexuelle. Ci-dessous, la publication issue

du profil d'Alice illustre ce type de publication. En publiant ce contenu, les participantes offrent de la visibilité aux revendications LGBTQ+ et aux gains obtenus dans diverses sphères sociétales. À l'inverse, d'autres publications telles que celle de Martine (ci-dessous) exposent les difficultés toujours rencontrées par les personnes issues de la diversité sexuelle et notamment les injustices souvent vécues par les personnes LGBTQ+ dans les sphères professionnelles. Ce type de contenu participe de l'identité en ligne des jeunes lesbiennes féministe puisqu'il s'agit d'un travail expressif des usagères (Allard et Blondeau 2007) qui montre leur position et revendication politiques.



Figure 5 : Publication issue du profil d'Alice



Figure 6 : Publication issue du profil de Martine

Suivant une même logique, les participantes publient également du contenu exposant le manque de droits et de liberté des personnes issues de la diversité sexuelle à l'international. Elles diffusent ce type de contenu entre autres pour conscientiser leurs contacts québécois vivant « dans un pays confortable pour les LGBTQ+ » (Helsa). À ce titre, elles expliquent souhaiter sensibiliser à la nécessité de poursuivre la lutte pour obtenir un monde plus juste et égalitaire. Cet usage non prescrit, mais pas proscrit par les concepteurs montre les possibilités de détournements et les capacités créatives des usagères (Breton et Proulx 2006 ; Millerand, Rueff et Proulx 2010). En effet, la plateforme a été pensée pour soutenir les liens sociaux existants, non pas pour proposer une forme d'expression militante. Les illustrations suivantes montrent ce type de contenu qui provient des profils d'Helsa et de Martine.

Mashrou' Leila مشروع ليلي
October 2 · 🌐

Dear Friends,

(القراءه البيان باللغة العربية يرجى التحويل إلى كعب النص)

Over the course of the last 10 days, we had opted to remain relatively silent on the situation in Egypt, after consulting with various Egyptian activists, and human rights organizations, for fear that a statement from us would risk further inflaming the situation, and the brutal trespasses on concert goers, activists, and the LGBTQ+ community. It has however become rather apparent in the last 48 hours that the state apparatus is hell-bent on executing the most atrocious of human rights violations.

For those of you who have not been following up on the events going on in Egypt, please scroll down.

We cannot begin to explain how saddened we are to see yet another era of backwards tyranny creep over one of our most beloved countries and audiences.

This crackdown is by no means separable from the suffocating atmosphere of fear and abuse experienced by all Egyptians on a daily basis, regardless of their sexual orientations.

Figure 7 : Publication issue du profil d'Helsa

Enlightening



Egypt is banning Mashrou' Leila from performing in the country

Because of a rainbow flag.

STEPFEED.COM

👍 Like 💬 Comment ➦ Share

Figure 8 : Publication issue du profil de Martine

Les jeunes lesbiennes féministes ne publient pas seulement du contenu concernant les enjeux politiques de la diversité sexuelle, elles publient aussi du contenu lié à leurs idées et revendications féministes, comme le laissent présager les critères de sélection de notre échantillon. Nous avons d'ailleurs vu au chapitre II que la lutte des femmes était née en opposition à la domination masculine afin de renverser les rapports hiérarchiques entre les hommes et les femmes (Husson 2017). À ce titre, les participantes publient des articles mettant de l'avant des femmes qui font une différence dans le monde et contribuent à une meilleure égalité sociale.

Je publie souvent du contenu féministe, notamment du point de vue des droits des femmes, sur la situation des femmes dans le monde. J'ai souvent partagé des choses là-dessus parce que je suis sensible à ça.
(Rose-Anne)

Elles disent publier ce type de contenu pour montrer que les femmes peuvent tout autant réussir et s'investir que les hommes, ce qui s'inscrit en opposition à la représentation masculine omniprésente associée aux « standards » de réussite. Elles s'opposent ainsi à l'idéologie dominante souvent véhiculée (Granjon 2005) et luttent contre la vision parfois patriarcale de leurs contacts.

Je publie souvent du contenu mettant de l'avant des femmes qui ont créé du changement dans le monde. Ça montre que nous avons toutes notre place et un rôle à jouer pour changer les mentalités. (Julie)

Les publications suivantes issues des profils de Julie et Rose-Anne mettent en scène des femmes s'étant distinguées à différents points de vue dans la société.



Figure 6 : Publication issue du profil de Julie



Figure 7 : Publication issue du profil de Rose-Anne

Tandis que la première publication expose la réussite de la première chirurgienne inuite à être récompensée d'un prix prestigieux, la seconde expose la victoire de Valérie Plante qui est la première mairesse de la ville de Montréal. « Je publie beaucoup de contenu montrant les réussites de femme, ça permet de montrer que les femmes ne doivent pas se cantonner à la place qu'on souhaite leur imposer » Rose-Anne. Tout en dénonçant la hiérarchie des genres encore présente, les jeunes lesbiennes féministes montrent que les femmes ne restent plus en retrait et s'imposent petit à petit dans le paysage médiatique. Ces propos résonnent avec la définition même du « féminisme » proposée par le CNRTL soit « un mouvement social qui a pour objectif l'émancipation de la femme, l'extension de ses droits en vue d'égaliser son statut avec celui de l'homme, en particulier dans le domaine juridique, politique et économique » (2012 : s.p.). Ce type de contenu s'inscrit aussi en adéquation avec la littérature sur la troisième vague féministe qui présente une posture qui refuse le statut de victime (Pagé 2005) et qui semble représenter la posture féministe des jeunes lesbiennes féministes interrogées. Ainsi, publier des contenus mettant de l'avant des accomplissements de femmes participe à une forme de lutte et à une mise en visibilité d'images alternatives aux canons hétéronormatifs souvent véhiculés dans les médias.

En guise de contenu féministe, les participantes mettent également en lumière les reproches faits aux femmes quant à leur façon d'être et à leur sexualité. Elles dénoncent ainsi les discriminations vécues par les femmes et l'image qui est requise pour être considérée comme « femme ». Les captures d'écran ci-dessous dénoncent les normes hétérosexistes et exposent les incohérences de ces normes afin de les combattre.



Figure 8 : Publication issue du profil de Daphné

Calmez vos tits, nos adolescents ne sont pas si promiscuous que cela!



130,052 Views

Rad is with Mane-Eve Maheu.

October 31 at 8:03am · 🌐

Like Page

[SEXE]

On déconstruit 4 mythes sur la sexualité qu'on entend trop souvent dans les médias et ailleurs. Le tout ponctué de petits bijoux tirés de nos archives.

Like Comment Share

Figure 9 : Publication issue du profil d'Alice¹³

¹³ La vidéo proposée par Alice déconstruit les mythes sur la sexualité tels que présentés dans les médias.

Enfin, les dénonciations du racisme systémique s'inscrivent dans les publications des participantes. En effet, les féministes de la troisième vague qui ont une approche intersectionnelle luttent contre les multiples formes de domination qui s'entrecroisent dans la vie des femmes (Ibid). Comme illustre les publications ci-dessous, les participantes ont la volonté de divulguer les inégalités et les discriminations vécues par les personnes racisées en général et plus particulièrement des femmes racisées qui sont prisonnières de multiples formes de discriminations au quotidien. Les publications issues du profil d'Alice et de Daphné dénoncent le racisme systémique, c'est-à-dire du racisme institutionnalisé. La publication de Laurence dénonce les actes discriminants vécus spécifiquement par les femmes racisées.

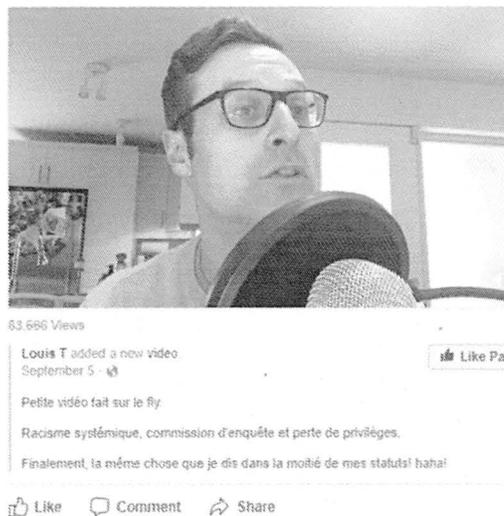


Figure 10 : Publication issue du profil d'Alice

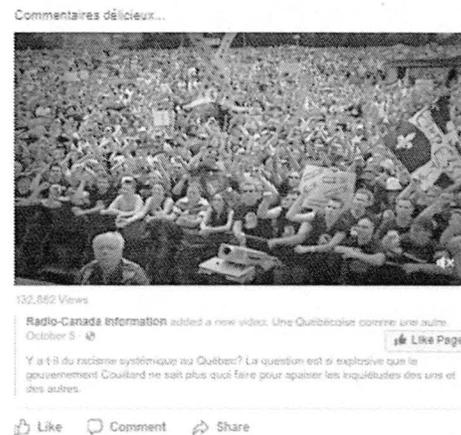


Figure 11 : Publication issue du profil de Daphné



Figure 12 : Publication issue du profil de Laurence

À l'inverse du contenu à caractère personnel, le contenu politique est largement diffusé par nos participantes. Pourtant, celui-ci ne semble pas recevoir beaucoup de mentions et de commentaires. Il nous semble donc pertinent d'interroger les motivations de publications de nos participantes.

5. 2. 3 Les motivations de publications

Les motivations de publications les plus fréquemment citées par les participantes sont d'« ouvrir les esprits » et de « faire réfléchir ». Elles expliquent cela par leur expérience et la vision qu'elles ont de leurs contacts (leur idéologie ou leurs valeurs, mais aussi leur contexte de résidence).

Je viens de Trois-Rivières, la plupart de mes amies viennent de là-bas et n'ont pas nécessairement l'ouverture [des gens] de Montréal. Par exemple,

le *Marriage Equality* d'Obama ou l'Église qui proposait de soigner les gaies aux États-Unis, je sais pertinemment que c'est le genre de nouvelles qui ne se rendront pas là-bas. Donc si je publie là-dessus, c'est vraiment pour informer les gens. (Louise)

Le langage utilisé est d'ailleurs spécifiquement choisi par les participantes en fonction du public visé par le contenu publié. « J'adapte mon langage en fonction des personnes pour qui je publie » (Helsa). Cela témoigne de stratégies communicationnelles spécifiques aux réseaux socionumériques où le contenu publié est dirigé vers autrui afin d'obtenir des réactions et des évaluations (Denouël 2010 : 16). Toutefois, les participantes précisent ne jamais utiliser l'identification d'une personne (*tag*) sur ce type de publications.

Je publie comme si je m'adressais à tout le monde, mais en vrai, c'est adressé à une certaine communauté. Selon ce que je dis, c'est adressé à certaines personnes même si tout le monde le voit, je n'utilise pas les mêmes références. En même temps si ça rejoint d'autres mondes, tant mieux. (Alice)

En ce sens, les publications sont assez subtiles quant au public visé, mais aussi quant au message véhiculé. À ce titre, les connotations du message sont particulièrement importantes et mettent en scène certaines valeurs sociales. Les stratégies des participantes illustrent que malgré un public très large, il subsiste des manières de circonscrire son audience, même en publiant à toute sa liste d'amies. Cette stratégie de filtre des publics repose en effet sur des références plus ou moins partagées par chaque groupe social et sur une maîtrise fine des codes propres au groupe composant son « audience » Facebook. Cela correspond à des stratégies de publications également observées par des femmes queer dans les plateformes Vien, Tinder et Instagram (Duguay et al. 2018).

Je publie subtilement. Je le fais d'une façon où si tu veux nier que mon identité est LGBTQ+, tu peux. Parce que j'ai une grosse proportion de gens inuits dans mes contacts et que je ne veux pas choquer. (Alice)

Ces stratégies témoignent de la négociation identitaire qui s'opère dans les plateformes numériques, entre une logique où l'on souhaite publier en se respectant soi-même, mais également en se préservant de certaines dérives, malaises ou réactions violentes (Ibid).

Certaines jeunes lesbiennes féministes constatent que leur contenu influence parfois positivement leurs contacts. En effet, nous avons évoqué, au chapitre I, l'absence de visibilité des lesbiennes dans les médias traditionnels et l'importance de cette visibilité pour contrer l'hétéronormativité omniprésente. Les extraits d'entrevues suivants montrent que l'usage des médias socionumériques des jeunes lesbiennes participe de la visibilité des lesbiennes et a par moment réussi à effriter l'hétéronormativité de certaines personnes parmi leurs contacts Facebook.

Des fois, j'ai des réflexions par rapport à mes publications et je me rends compte quelques années plus tard que la personne a avancé dans son cheminement. (Alice)

J'ai déjà eu des débats qui ont fait changer d'idées les personnes. Tout ce qu'elles savaient, ça venait des médias. (Daphné)

Ces extraits montrent que les participantes portent attention aux réactions que suscitent leurs publications. Sans pour autant pressentir à un maximum de mentions « j'aime », elles estiment que lorsqu'elles publient, elles savent que certaines personnes seront intéressées par le sujet, par exemple s'il est en lien avec le contexte hétéronormatif. Ce type d'usage montre que les participantes souhaitent partager et discuter avec leur contact afin de faire évoluer les mentalités, ce qui s'inscrit également dans la logique d'un usage contributif à teneur politique.

Quand c'est une publication politisée, j'aime avoir des réactions, qu'elles soient positives ou négatives. J'aime que les gens réfléchissent et discutent. (Martine)

Lorsqu'elles publient, certaines participantes prévoient donc les réactions de leurs contacts. D'ailleurs, les jeunes lesbiennes féministes précisent que si elles n'avaient

pas de réaction sur leurs publications, elles cesseraient de publier certaines choses ou qu'elles publieraient moins, ce qui corrobore les premières enquêtes sur les médias socionumériques et la nécessité de rétroaction afin que l'activité de contribution en ligne perdure (Cardon et Delaunay-Téterelle 2006). Cependant, les rétroactions attendues varient selon les participantes. Helsa l'exprime ainsi :

Inconsciemment, oui j'attends un retour. Je trouve ça plate, mais oui je m'attends à avoir des commentaires et des *likes*. Je trouve que ça nous valorise inconsciemment. J'efface même mes publications si je n'ai pas de commentaire ou de *likes*. (Helsa)

Ces attentes ne sont pas homogènes parmi nos participantes. Au contraire, certaines jeunes lesbiennes féministes se distancient de cette quête de réactions. Elles expliquent que leurs publications engendrent plutôt des discussions interpersonnelles en face à face qu'en ligne. Cette pratique semble leur permettre d'approfondir davantage la discussion dans un contexte hors-ligne, ce qui apparaît encore très peu dans la littérature portant sur l'usage médiatique.

Souvent mes amies m'appellent pour me parler d'une publication, bien qu'elles n'aient pas aimé ou commenté la publication. (Rose-Anne)

Finalement, les participantes notent l'attraction plus importante pour les publications personnelles que politique. « Quand je publie quelque chose de perso, là je me retrouve avec plein de likes » (Rose-Anne). Cela pourrait s'expliquer par le fait que Facebook est d'abord utilisé pour maintenir les liens sociaux entre personnes qui se connaissent (boyd et Ellison 2007), les dimensions politiques ou militantes de l'usage que peut prendre la plateforme étant une forme de détournement qui, bien que courant, n'en est pas moins un par rapport à la conception originale du trombinoscope.

Finalement, les publications de contenu politique sur les thématiques féministes et LGBTQ+ sont motivées par le souhait d' « ouvrir les esprits » et de « faire réfléchir ».

En ce sens, les jeunes lesbiennes féministes que nous avons rencontrées renforcent l'idée que les jeunes utilisent Facebook pour participer aux débats politiques (Valenzuela et al. 2009).

5. 2. 4 Synthèse

Dans cette section, nous avons exposé les différentes pratiques de publication des jeunes lesbiennes féministes. Nous avons d'abord présenté les pratiques de publication « sociales » des participantes, c'est-à-dire du contenu faisant référence à leur vie personnelle et privée. Il s'agit entre autres des photos de vacances et de publication à propos de leurs activités quotidiennes. Ce type de contenu est destiné principalement à leur entourage, comme la famille et les amis proches. L'autre type de contenu publié est « politique » et concerne largement les droits LGBTQ+ et les revendications féministes. Ce deuxième type de publications offrent ainsi de la visibilité à leurs revendications, notamment en les acheminant à une sphère de personne plus ou moins proche qui s'inscrit parfois davantage dans des schémas hétéronormatifs. À ce titre, les entrevues ont démontré que leurs motivations de publication sur Facebook sont surtout d'ordre politique à des fins de transformations sociétales.

5. 3 Retour à la question de recherche

Notre question principale de recherche était : *compte tenu du contexte social hétéronormatif, comment les jeunes lesbiennes féministes négocient-elles leur présentation de soi sur Facebook en lien avec leur orientation sexuelle et politique ?*

Nous avons organisé notre démarche en fonction d'un triple objectif de recherche.

Nous avons tout d'abord décrit l'identité des jeunes lesbiennes féministes, ce qui correspondait au premier objectif. En documentant la définition de leur féminisme et

de leur lesbianisme à partir de l'observation de leur profil et de l'analyse des entretiens, il est ressorti que les participantes négocient de différentes façons leur identité étant donné le contexte hétéronormatif. Nous avons ensuite analysé le processus de présentation de soi des jeunes lesbiennes féministes sur Facebook, ce qui répondait au deuxième objectif. Cela nous a permis de confirmer que l'usage social et politique de Facebook permet aux participantes de se construire une identité au travers de la consommation et l'échange de contenu. Ces résultats ont été développés au chapitre IV, ce qui nous a permis d'installer les éléments nous permettant d'aborder le troisième objectif, au cœur de notre question de recherche.

Enfin, dans ce chapitre, nous avons essayé de comprendre comment l'usage de Facebook des jeunes lesbiennes féministes et la présentation de soi qui s'en dégage sont marqués par des négociations identitaires en tension avec le contexte hétéronormatif. Nous avons notamment souligné les diverses stratégies de négociation qu'elles déploient à cette fin, par exemple dans la gestion fine de la liste d'amies. La recherche a aussi démontré que les participantes publient du contenu associé à leur identité politique concernant leur conviction féministe et non-hétéronormative. La motivation des participantes a été confirmée par divers résultats, l'usage de Facebook dans le cadre de l'animation de leur compte personnel est une manière de faire évoluer le schéma hétéronormatif de la société contemporaine.

Pour conclure, les jeunes lesbiennes féministes sont donc non seulement conscientes du potentiel de mise en visibilité, mais les compétences de publications et le soin qu'elles apportent à gérer leur profil, à travailler les connotations de certains messages témoignent d'un réel investissement à la fois dans leur présentation de soi, mais une présentation de soi qui est traversée par une volonté de changement social – ou du moins une volonté d'incarner des valeurs progressistes, intersectionnelles et féministes.

CONCLUSION

Cette recherche a été inspirée par la complexité du vécu lesbien, mais aussi par la faible présence des lesbiennes du paysage médiatique traditionnel et leur usage des plateformes sociales comme alternative à la visibilité médiatique.

Dans le premier chapitre de ce mémoire, nous avons exposé les rudiments de la construction de la visibilité médiatique et conséquemment la faible visibilité des lesbiennes dans les médias. À ce titre, nous avons montré, par la littérature, que les plateformes sociales peuvent être une alternative à la visibilité médiatique traditionnelle pour les usagères en introduisant les caractéristiques spécifiques des plateformes sociales. Nous avons ensuite présenté notre intérêt pour l'identité des jeunes lesbiennes féministes.

Pour nous aider à répondre à notre question principale de recherche, nous avons présenté, dans le chapitre II, le cadre conceptuel de notre étude. Nous avons d'abord exposé les études féministes pour réfléchir à la place de la « femme » et de la « lesbienne » dans notre société hétéronormative. Ensuite, nous avons présenté les apports de la sociologie des usages pour explorer spécifiquement ce que les participantes font avec l'objet et dispositif technique Facebook. Enfin, nous avons mobilisé les études sur les stratégies de présentation de soi pour saisir la mise en scène de soi des usagères sur les réseaux socionumériques.

Le chapitre III a fait état de notre posture méthodologique. Nous avons tout d'abord présenté les spécificités de la stratégie de recherche qualitative et de la méthode ethnographique. Ensuite, nous avons exposé notre groupe de participantes, ainsi que les outils de collecte de données que nous avons utilisés. Nous avons terminé en dessinant les contours de notre méthode d'analyse et d'interprétation et avons précisé nos considérations éthiques.

Dans le chapitre IV, nous avons présenté les différentes définitions de l'identité lesbiennes des participantes ainsi que leur positionnement féministe. Nous avons démontré que les participantes ont de multiples façons de vivre leurs identités lesbiennes et féministes et diverses stratégies pour les dévoiler. À ce titre, elles s'inscrivent dans le mouvement très hétérogène de la troisième vague féministe.

Dans le chapitre V, nous avons évoqué les stratégies de négociation identitaire des jeunes lesbiennes féministes quant à leur présentation de soi sur Facebook. Nous avons donc exposé les composantes de l'identité numérique des participantes sur Facebook tels que le profil, la liste d'amies, et le degré de visibilité. Ensuite, nous avons distingué deux pratiques de publications chez les jeunes lesbiennes féministes : les pratiques de publications sociales et les pratiques de publications politiques. Nous avons ainsi montré que les jeunes lesbiennes féministes que nous avons rencontrées publient du contenu pour « ouvrir les esprits » et « faire réfléchir » les personnes de leurs réseaux. Cela a permis de mieux comprendre la négociation de la présentation de soi sur Facebook dans un contexte hétéronormatif, par exemple à travers les différentes manières de créer un contenu selon le public visé.

Avant de terminer, nous souhaitons stipuler les limites de notre étude. D'une part, notre stratégie de recherche qualitative n'a pas la prétention à généraliser nos résultats de recherche à l'ensemble des jeunes lesbiennes féministes. De plus, le recrutement des participantes ayant été réalisé grâce à notre réseau de contacts et au bouche-à-oreille, le niveau de scolarité des participantes s'est avéré relativement élevé par rapport à la

moyenne québécoise (baccalauréat). Enfin, l'observation non-participante des profils Facebook a pu influencer les résultats. Les participantes se sachant observées, elles étaient libres de modifier leurs comportements et les éléments nous étant rendus visibles.

Notre recherche permet néanmoins de montrer que dans le cas de participantes qui s'identifient autrement que par les schémas hétéronormatifs, la présentation de soi sur Facebook prend une dimension politique, voire militante. Sans administrer de page collective, donc à même leur profil personnel, les participantes ont développé une capacité à « parler d'elles » tout en parlant de l'hétéronormativité et des alternatives. Se présenter devient une forme de lutte, de manière de montrer et d'incarner une autre norme - cette pratique est directement liée à l'audience (la liste d'amies) et aux capacités de diffusion de Facebook, mais est motivée par l'identité et les valeurs politiques et féministes des participantes.

Nous distinguons au moins deux grandes pistes pertinentes pour de futures recherches. D'abord, il faudrait se pencher sur le lien entre la reconnaissance et la visibilité dans Facebook. En effet, la recherche montre une forme de présentation de contenus, orientés vers autrui, « pour faire évoluer » les mentalités de leurs contacts. La dimension de la quête de reconnaissance sociale serait pertinente, par exemple en analysant le souci des usagères quant aux mentions j'aime et aux commentaires sur leurs publications. Finalement, il serait pertinent de voir comment les personnes de la liste d'amies qui reçoivent ces contenus, qui sont abonnées à ces comptes Facebook, les reçoivent. Une telle analyse de réception permettrait de voir jusqu'à quel point le travail identitaire des jeunes lesbiennes contribue effectivement (ou pas) à modifier le schéma hétéronormatif et comment ces mutations s'opèrent.

ANNEXE A

GRILLE D'OBSERVATION

Profil Facebook	
Prénom, nom ou pseudonyme :	
Date de naissance :	
Ville :	
Sexe :	
Activité professionnelle :	
Publications / partages :	
Mentions « j'aime » :	
Nombre d'amies :	
Photos :	

ANNEXE B

GRILLE DES ENTREVUES SEMI-DIRIGÉES

Introduction	
Présentation de la chercheure et du projet	Présentation de la chercheure Présentation du projet (question de recherche et objectifs) Présentation du déroulement de l'entrevue (discussion informelle, parole donnée à la répondante) Rappel d'enregistrement vocal de la discussion
Thèmes et sous-thèmes	Questions
Présentation de la participante	<ul style="list-style-type: none">- Pouvez-vous vous présenter (âge, cursus scolaire, emploi, loisir, passion, etc.) ?- As-tu des convictions politiques/sociales/identitaires particulières ?

Les usages	
Technologies mobilisées et appréciation du dispositif	<ul style="list-style-type: none"> - Avec quel dispositif accédez-vous à Facebook ? - Quelle est votre appréciation de la plateforme ? - Y a-t-il des choses que vous aimez ou n'aimez pas particulièrement sur la plateforme ?
Inscription et création du profil Facebook	<ul style="list-style-type: none"> - Connaissez-vous l'année de votre inscription sur Facebook ? - Vous souvenez-vous des motivations de votre inscription ?
Usages de Facebook	<ul style="list-style-type: none"> - À quelle fréquence utilisez-vous Facebook ? - Pouvez-vous me décrire votre utilisation de Facebook? - Que faites-vous en premier lorsque vous vous connectez? - À quels moments de la journée vous connectez-vous et dans quel contexte ?
Pratiques de publication	
Pratiques de publication	<ul style="list-style-type: none"> - À quelle fréquence publiez-vous sur la plateforme ? - Quel type de contenu publiez-vous le plus fréquemment ? Pourquoi ? - Diriez-vous qu'il y a une thématique récurrente dans vos publications ?

	<ul style="list-style-type: none">- Diriez-vous que vous partagez du contenu « politisé »?
Motivation de publication	<ul style="list-style-type: none">- Qu'est-ce qui motive vos publications ?- Lorsque vous publiez ou partagez du contenu, attendez-vous un retour des autres utilisateurs de la plateforme ? (Mention j'aime, commentaires)

ANNEXE C

Groupe en éthique
de la recherche

Piloter l'éthique de la recherche humaine

EPTC 2: FER

Certificat d'accomplissement

Ce document certifie que

Anaïs Maillard

*a complété le cours : l'Énoncé de politique des trois Conseils :
Éthique de la recherche avec des êtres humains :
Formation en éthique de la recherche (EPTC 2 : FER)*

25 avril, 2017

BIBLIOGRAPHIE

- Adler, P. A. et Adler, P. (1987). *Membership roles in field research*, 6. : Sage.
- Alfonso, R. et Trigilio, J. (1997). Surfing the third wave: A dialogue between two third wave feminists. *Hypatia*, 12(3), 7–16.
- Allard, L. et Blondeau, O. (2007). L'activisme contemporain: défection, expressivisme, expérimentation. *Rue Descartes*, (1), 47–58.
- Bastien Charlebois, J. (2011). Au-delà de la phobie de l'homo: quand le concept d'homophobie porte ombrage à la lutte contre l'hétérosexisme et l'hétéronormativité. *Reflets: Revue d'intervention sociale et communautaire*, 17(1), 112–149.
- Borillo, A. (2000). Le complément locatif et le genre descriptif. *Coene, M., de Mulder, W., Dendale, P. & D'Hulst, Y.(éds), Studia linguistica in honorem Lilianae Tasmowski, Padoue, Unipress*, 85–95.
- boyd, D. (2007). Why youth (heart) social network sites: The role of networked publics in teenage social life. *MacArthur foundation series on digital learning—Youth, identity, and digital media volume*, 119–142.
- boyd, D. M. et Ellison, N. B. (2007). Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 210-230.
- Breton, P. et Proulx, S. (2006). Approches de la réception. *L'explosion de la communication à l'aube du XXIe siècle*.
- Breton, P. et Proulx, S. (2012). Usages des technologies de l'information et de la communication. *Repères*, 263–287.
- Butler, J. (2005). Trouble dans le genre. Pour un féminisme de la subversion. Paris, La Découverte.
- Cardon, D. (2008). Le design de la visibilité. *Réseaux*, (6), 93–137.
- Cardon, D. (2009). L'identité comme stratégie relationnelle. *Hermès, La Revue*, (1), 61–66.
- Cefrio (2015). *Profil numérique des 18 à 34 ans en 2015*. Récupéré le 26 février 2017 de <http://www.cefrio.qc.ca/publications/internet-medias-sociaux-mobilite/profil-numerique-des-18-a-34-ans-en-2015/>

- Chambat, P. (1994). Usages des technologies de l'information et de la communication (TIC): évolution des problématiques. *Technologies de l'information et société*, 6(3), 249–270.
- Chamberland, L. (2017). Préface. Dans *Adolescences lesbiennes : De l'invisibilité à la reconnaissance* (p. 9-12). Montréal (Québec, Canada) : Les éditions du remue-ménage.
- Chetcuti, N. et Michard, C. (2003). *Lesbianisme et féminisme. Histoires politiques* : Paris, L'Harmattan, coll. Bibliothèque du féminisme.
- Chevrier, J. (2003). La spécification de la problématique. *Recherche sociale: de la problématique à la collecte de données, Sainte-Foy, Presses de l'Université du Québec*, 51–84.
- Coutant, A. et Stenger, T. (2011). Processus identitaire et ordre de l'interaction sur les réseaux socionumériques. *Les Enjeux de l'information et de la communication*, 45-64.
- Coutant, A., Stenger, T. et Perriault, J. (2013). *Identités numériques* : L'Harmattan.
- De Beauvoir, S. (1949). *Le deuxième sexe*, tome II. Paris: Gallimard.
- De Certeau, M. (1980). *L'invention du quotidien. Folio essais (éd. 1990)*.
- De Gouges, O. (1791). Declaration of the Rights of Woman and the Female Citizen. *College of Staten Island Library: American Studies Program*.
- Deslauriers, J.-P. (1991). *Recherche qualitative: guide pratique*. McGraw-hill.
- Dominique, C. (2010). La démocratie Internet. Promesses et limites. *Éditions du Seuil et la République des Idées. Paris*.
- Dowdell, E. B., Burgess, A. W. et Flores, J. R. (2011). Original research: online social networking patterns among adolescents, young adults, and sexual offenders. *AJN The American Journal of Nursing*, 111(7), 28–36.
- Duguay, S., Burgess, J., Suzor, N. (2018). Queer women's experiences of patchwork platform governance on Tinder, Instagram, and Vine. *Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies*. Published online before print: June 19, 2018. doi: 10.1177/1354856518781530
- Ellison, N. B. (2007). Social network sites: Definition, history, and scholarship. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13(1), 210–230.

- Freyssinet-Dominjon, J. (1997). *Méthodes de recherche en sciences sociales.*: Montchrestien.
- Georges, F. (2010). *Identités virtuelles*. Questions théoriques.
- Giroux, N. (2003). L'étude de cas, in« Conduire un projet de recherche-une perspective qualitative » GIORDANO, Y. ALLARD-POESI F. et al. *EMS-Management et société*, 41–84.
- Goffman, E. (1973). *La mise en scène de la vie quotidienne*. Tome 1. La présentation de soi. Paris: Minuit.
- Goyette, E. (2014). L'invisibilité lesbienne dans la sphère publique (médiatique) : pratiques et enjeux d'une identité proto-politique. *Composite*, 17(2), 29-50.
- Granjon, F. (2005). L'Internet militant. Entretien avec Fabien Granjon. *Matériaux pour l'histoire de notre temps*, 79(1), 24–29.
- Granjon, F. et Denouël, J. (2010). Exposition de soi et reconnaissance de singularités subjectives sur les sites de réseaux sociaux. *Sociologie*, 1(1), 25–43.
- Heaton, L., Millette, M. et Proulx, S. (2012). *Médias sociaux: enjeux pour la communication.* : Puq.
- Héritier, F. (2012). L'origine de la prostitution. Paris : Antenne OLF, 54.
- Husson, A.-C. (2016). *Le féminisme. En 7 slogans et citations* La petite Bédéthèque des Savoirs.
- Ito, M., Baumer, S., Bittanti, M., Cody, R., Stephenson, B. H., Horst, H. A., Lange, P. G., Mahendran, D., Martínez, K. Z., Pascoe, C. J. et others. (2009). *Hanging out, messing around, and geeking out: Kids living and learning with new media*. MIT press.
- Jauréguiberry, F. et Proulx, S. (2011). *Usages et enjeux des technologies de communication*. Paris : Erès.
- Jouët, J. (1993). Pratiques de communication et figures de la médiation. *Réseaux*, 11(60), 99–120.
- Jouët, J. (2000). Retour critique sur la sociologie des usages. *Réseaux*, 18(100), 487–521.

- Kap tactiques numériques. (2016, 29 janvier). Etat des lieux du numérique au Canada en 2016. Récupéré de <http://www.kap-numerique.com/chiffres-numerique-canada-2016/>
- Koopmans, R. (2004). Movements and media: Selection processes and evolutionary dynamics in the public sphere. *Theory and Society*, 33(3-4), 367-391.
- Lagacé, M., Bonneville, L. et Grosjean, S. (2006). *Introduction aux méthodes de recherche en communication* : Montréal: G. Morin.
- Lebreton, C. (2017). *Adolescences lesbiennes : De l'invisibilité à la reconnaissance*. Montréal (Québec, Canada) : Les éditions du remue-ménage.
- Maillen, P. et Toussaint, Y. (1994). L'intégration sociale des TIC : une sociologie des usages. *Technologie de l'information et société*, 4, 315-335.
- Mensah, M. N. (2005). *Dialogues sur la troisième vague féministe*. Montréal: Éditions du remue-ménage.
- Mensah, M. N. et Bernier, M. (2005). *Repérage et mise en commun des savoirs sur la 3^e vague du féminisme*. : Document de travail déposé à l'Assemblée générale annuelle de l'Institut de recherche et d'études féministes.
- Millerand, F. (1998). *Usages des NTIC: les approches de la diffusion, de l'innovation et de l'appropriation (1^{ère} partie)*. COMMposite.
- Millerand, F. (1999). *Usages des NTIC: Les approches de l'innovation, de la diffusion et de l'appropriation (2^e partie)*. COMMposite.
- Millerand, F., Rueff, J. et Proulx, S. (2010). *Web social: mutation de la communication* : PUQ.
- Millette, M. (2009). *Usages contributifs sur Internet : le podcasting indépendant et le sens de son style* (Mémoire). Université du Québec à Montréal, Montréal (Québec, Canada).
- Millette, Mélanie (2015). « L'usage des médias sociaux dans les luttes pour la visibilité : le cas des minorités francophones au Canada anglais » Thèse. Montréal (Québec, Canada), Université du Québec à Montréal, Doctorat en communication.
- Monique, W. (2013). *La pensée straight*. Éditions Amsterdam.
- Pagé, M. (2005). La francisation des immigrants au Québec en 2005 et après. *Le français au Québec, les nouveaux défis*, 191-232.

- Park, R. E. (1964). *Race and culture: Essays in the sociology of contemporary man*. Free Press.
- Peter, J., Valkenburg, P. M. et Fluckiger, C. (2009). Adolescents and social network sites: Identity, friendship and privacy'. *Kids online. Opportunities and risks for children*, 83–94.
- Poutrain, V. et Héas, S. (2003). Les méthodes d'enquête qualitative sur Internet. *Ethnographiques*.
- Proulx, S. et Laberge, M.-F. (1995). Vie quotidienne, culture télé et construction de l'identité familiale. *Réseaux*, 13(70), 121–140.
- Proulx, S. (2005). Penser les usages des technologies de l'information et de la communication aujourd'hui: enjeux–modèles–tendances. *Enjeux et usages des TIC: aspects sociaux et culturels*, 1, 7–20.
- Proulx, S. (2008). Des nomades connectés : vivre ensemble à distance. *Hermès, La Revue*, (2), 155–160.
- Proulx, S. (2009). L'usage contributif : la production de contenus par des usagers au fondement du capitalisme informationnel. Dans *Conférence d'ouverture au colloque Contribuer dans l'univers Internet: le lien social au service de la production*.
- Proulx, S. et Choon, M. J. K. (2011). L'usage des réseaux socionumériques: une intériorisation douce et progressive du contrôle social. *Hermès, La Revue*, (1), 105–111.
- Proulx, S. et Millerand, F. (2010). Le web social, au carrefour de multiples questionnements. *Web social: mutation de la communication*.
- Spradley, J. P. (1980). Participant observation. *New York: Wadsworth Thomson Learning*.
- Thévenot, L. (1993). Essai sur les objets usuels. Propriétés, fonctions, usages. *Raisons pratiques*, 4, 85-111.
- Thompson, J. B. (1995). *The media and modernity: A social theory of the media* : Stanford University Press.
- Valenzuela, S., Park, N. et Kee, K. F. (2009). Is there social capital in a social network site?: Facebook use and college students' life satisfaction, trust, and participation. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 14(4), 875-901.

Voirol, O. (2005). Les luttes pour la visibilité, Struggles for visibility : Outline of a problematic. *Réseaux*, (129-130), 89-121.

Vrignaud, Caroline (2015). « Se mettre en scène sur les réseaux sociaux : le rôle de la photographie sur Facebook » Mémoire. Montréal (Québec, Canada), Université du Québec à Montréal, Maîtrise en communication.

Wittig, M. (2001). La pensée straight, traduction Marie-Hélène Bourcier. *Paris, Balland*.