UNIVERSITÉ DU QUÉBEC À MONTRÉAL

PLACE DE L'AMITIÉ, DE LA POPULARITÉ ET DE L'AGRESSIVITÉ RELATIONNELLE DANS LES RELATIONS ENTRE FEMMES ÂGÉES DE 18 À 25 ANS

MÉMOIRE
PRÉSENTÉ
COMME EXIGENCE PARTIELLE
DE LA MAITRISE EN SEXOLOGIE

PAR
AUDREY LAVIGNE

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.07-2011). 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

Ce projet me tenait à cœur et le sujet des relations entre femmes encore plus. Ce mémoire de maitrise ne serait pas achevé si je n'avais pas été aussi bien entourée, et ce surtout par les femmes exceptionnelles que j'ai la chance de côtoyer au quotidien, comme à l'occasion.

D'abord, merci aux participantes qui ont accepté de me rencontrer et de s'ouvrir à moi en parlant de leurs relations avec les femmes qui les entourent ; chacune de ces rencontres a été très enrichissante pour ma réflexion et une contribution majeure à ce projet. Merci aux membres du comité d'expertes qui ont contribué à la validation des outils de collecte de données et à la précision de ma démarche méthodologique. Merci aux évaluatrices externes, vos commentaires aident grandement à la bonification de ce mémoire. Merci à ma directrice de recherche, Francine Duquet ; pour ton ouverture, ta bienveillance, ton encadrement et tes encouragements. Ta passion pour le travail bien fait et tes exigences élevées m'ont appris à aller toujours plus loin dans ma démarche intellectuelle, ainsi que dans la méticulosité de mon travail et je t'en suis grandement reconnaissante. Merci à Natalie Bouchard, du Service-conseil de l'UQAM, pour l'écoute, l'empathie, les outils de gestion de temps, de travail, de stress ; nos rencontres m'ont beaucoup aidée à normaliser les émotions vécues au cours de ce parcours rempli de défis aux niveaux intellectuel et émotionnel. Merci à ma famille pour le soutien moral et matériel. À ma mère Hélène, merci pour ta chaleur, les petits pots, et ta façon bien à toi de t'assurer qu'il ne me manque jamais de rien. À mon père, Pierre, son conjoint, Darrin, ma sœur Maude et son conjoint Mathieu, merci pour les moments de décrochage et les soupers arrosés. Vous avez tous été, chacun à votre manière, une inspiration de force, de détermination et de persévérance. Votre compréhension et vos encouragements à donner le meilleur de moi-même, mais surtout à être fière de mon travail m'ont énormément aidée.

Évidemment, merci à mes amies ! À mes amies de restauration qui ont su m'encourager et surtout me changer les idées; tous les moments passés avec vous ont contribué à briser la routine morne et solitaire qu'exige la rédaction d'un mémoire de maitrise. À mes collègues de la maitrise en sexologie, des femmes admirables et brillantes, que je compte maintenant parmi mes amies les plus chères, Éliane, Valérie et Sarah. Éliane, merci pour les séances de yoga, les bons repas, et les échanges ô combien constructifs, tu es inspirante. Valérie, merci pour les petites attentions, ton empathie et tout simplement ta présence chaleureuse, surtout dans les derniers milles. Sans toutes ces heures passées à la bibliothèque ensemble, je n'aurais probablement pas déposé. Sarah, merci pour toutes les soirées de productivité, les nombreux conseils, et les moments de gloutonnerie! Quel plaisir et honneur d'être ton amie; toi qui sais toujours quoi me dire, tu m'as offert plus de support que je ne pouvais souhaiter, du tout début à la toute fin. À vous trois, merci pour les échanges d'idées, les encouragements et votre présence inestimable dans les moments légers comme éprouvants. Votre détermination, discipline et intelligence m'ont beaucoup inspirée et motivée pendant ces années. Je me sens privilégiée et très fière de vous connaître et surtout de pouvoir être témoin de vos réussites respectives.

Finalement, merci à mes amies les plus intimes, Carmen, Chloé, et Sophie, qui ont suivi la rédaction de ce mémoire au quotidien. Merci pour l'écoute, les encouragements, la dédramatisation, les rires, les folies. Merci d'être comme vous êtes et de m'accepter comme je suis, sans votre présence dans ma vie je ne serais tout simplement pas la même personne. Merci de m'avoir soutenue et aimée à travers les nombreuses épreuves au cours des dernières années, merci surtout d'avoir été aussi patientes. Vous me donnez la chance d'être entourée de femmes exceptionnelles et inspirantes comme vous, je vous aime les filles.

TABLE DES MATIÈRES

LISTE DES TABLEAUX viii
RÉSUMÉ ix
INTRODUCTION 1
CHAPITRE I 3
PROBLÉMATIQUE 3
1.1 Contexte médiatique et social : la culture populaire et ses modèles sociaux 3
1.1.1 Représentations médiatiques des femmes : un discours contradictoire sur la féminité, l'agentivité, et le féminisme 5
1.2 Relations entre femmes : un sujet peu exploré 9
1.2.1 Amitié féminine : une complicité historiquement dévaluée 9
1.2.2 Popularité chez les filles et les femmes : approbation et négociation ... 11
1.2.3 Agressivité relationnelle («bitchage») : la violence au féminin? 13
1.3 Pertinence de l'étude 16
CHAPITRE II 20
ÉTAT DES CONNAISSANCES 20
2.1 Représentations médiatiques des femmes et de leurs relations 20
2.1.1 Médias populaires et femmes 20
2.1.2 Réseaux sociaux et relations interpersonnelles 25
2.2 Relations entre femmes 28
2.2.1 Amitiés féminines 28
2.2.2 Popularité chez les filles et les femmes 31
2.2.3 Agressivité relationnelle et «bitchage» dans les relations féminines 37
2.3 Synthèse de la revue de littérature 46
CHAPITRE III 50
CADRE CONCEPTUEL 50
3.1 Objectif principal 50
3.1.1 Questions de recherche 51

3.2 Éléments conceptuels qui orientent l'étude 51
3.2.1 Amitié 51
3.2.2 Popularité 52
3.2.3 Agressivité relationnelle ou «bitchage» 53
3.3 Approche et théorie utilisées 55
3.3.1 Approche féministe 55
3.3.2 Théorie des scripts sexuels 60
CHAPITRE IV 64
MÉTHODOLOGIE 64
4.1 Échantillon et procédure de recrutement 64
4.2 Conception des instruments de collecte de données 66
4.2.1 Thèmes du questionnaire et du schéma d'entrevue 67
4.3 Révision et bonification des instruments de collecte de données 68
4.4 Administration des instruments de collecte de données 70
4.5 Analyse des données 71
4.6 Considérations éthiques 72
4.7 Description de l'échantillon 73
4.7.1 Portrait des habitudes de consommation de médias populaires 75
CHAPITRE V 77
RÉSULTATS 77
5.1 L'amitié entre femmes : représentations médiatiques, définition personnelle et expériences vécues à l'adolescence et à l'âge adulte 78
5.1.1 Représentations de l'amitié entre femmes dans les médias populaires : un portrait loin de la réalité des relations féminines 78
5.1.2 Définition personnelle de l'amitié entre femmes : relation multidimensionnelle, conditionnelle aux valeurs partagées et à la compatibilité des personnalités 79

5.1.3 Définition personnelle de l'amitié entre femmes selon le genre: une plus grande complexité et une plus grande intimité sont particulières aux relations féminines 80

5.1.4 Vécu de l'amitié entre filles à l'adolescence : l'impératif de créer de nouvelles amitiés et d'appartenir à un groupe module les relations 82

5.1.5 Vécu de l'amitié entre femmes à l'âge adulte : l'importance du partage des valeurs module les relations 84

5.1.6 Perceptions de l'amitié entre femmes sur les réseaux sociaux : un outil de négociation de l'image et des relations 87

5.2 La popularité chez les femmes : représentations médiatiques, définition personnelle et expériences vécues à l'adolescence et à l'âge adulte 88

5.2.1 Représentations de la popularité chez les femmes dans les médias populaires : l'archétype de la fille populaire se caractérise par la beauté 88

5.2.2 Définition personnelle de la popularité chez les femmes : désir d'appréciation, d'acceptation et de reconnaissance sociale 90

5.2.3 Définition personnelle de la popularité selon le genre : approbation par rapport à un idéal de féminité et de masculinité 91

5.2.4 Vécu de la popularité à l'adolescence : certaines caractéristiques permettent l'acquisition d'un statut dans l'école 93

5.2.5 Vécu de la popularité à l'âge adulte : certaines caractéristiques permettent l'acquisition d'un grand cercle social 95

5.2.6 Perceptions de la popularité chez les femmes sur les réseaux sociaux : outils de mesure de l'approbation de l'image et des relations 96

5.3 L'agressivité relationnelle chez les femmes: représentations médiatiques, définition personnelle et expériences vécues à l'adolescence et à l'âge adulte 98

5.3.1 Perceptions des représentations des conflits entre femmes dans les médias populaires : un portrait stéréotypé, voire faussé des femmes et de leurs relations98

5.3.2 Représentations du «bitchage» entre femmes dans les médias populaires : l'archétype de la «bitch» se caractérise par sa méchanceté 99

5.3.3 Perceptions des conflits et du «bitchage» entre femmes sur les réseaux sociaux : un véhicule pour alimenter les conflits 101

5.3.4 Définition personnelle de l'agressivité relationnelle («bitchage») : un éventail de comportements qualifiés de communs et d'immatures 102

5.3.5 Gestion de conflits et «bitchage» selon le genre : un phénomène humain plus intense chez les femmes 104

5.3.6 Vécu du « bitchage » entre filles à l'adolescence : prend place autour des cliques, des conflits, et de la popularité 108

5.3.7 Vécu du «bitchage» entre filles à l'adolescence à titre d'auteures : la colère et le désir d'acceptation des autres comme moteurs à l'agressivité relationnelle 109

5.3.8 Vécu du «bitchage» entre filles à l'adolescence, à titre de victimes : tristesse et dévalorisation personnelle comme émotions vécues 111

5.3.9 Vécu du «bitchage» entre filles à l'adolescence à titre de victimes : entourage aidant, ressources tournées vers la dénonciation et la punition 112

5.3.10 Vécu du « bitchage » à l'âge adulte : milieu de travail, jugements et jalousie.. 114

5.3.11 Vécu du «bitchage» à l'âge adulte, à titre d'auteures: la colère, la jalousie et des conflits de valeurs comme moteurs à l'agressivité relationnelle 115

5.3.12 Vécu du «bitchage» à l'âge adulte, à titre de victimes : sentiment de trahison et déception 117

5.3.13 Vécu du «bitchage» à l'âge adulte, à titre de victimes : stratégies adoptées et facteurs de protection tournés vers l'adoption d'une attitude positive et l'authenticité 118

5.3.14 Vécu du «bitchage», tous âges confondus : expériences communes et partagées par les femmes 120

CHAPITRE VI 123
DISCUSSION 123

6.1 La culture populaire ancrée dans une vision stéréotypée et hétéronormative des relations entre femmes en regard de l'amitié, de la popularité et de l'agressivité relationnelle («bitchage») 124

6.1.1 Les réseaux sociaux : une nouvelle dimension pour penser les relations féminines en regard de l'amitié, de la popularité et de l'agressivité relationnelle... 128

6.2 L'amitié féminine et la conjugaison des représentations médiatiques, de la définition personnelle et de l'expérience vécue à l'adolescence et à l'âge adulte : une évolution notable des relations et de leurs significations dans la vie des femmes. 131

6.3 La popularité et la conjugaison des représentations médiatiques, de la définition personnelle et de l'expérience vécue à l'adolescence et à l'âge adulte: la négociation des idéaux à atteindre pour une approbation sociale 134

6.4 L'agressivité relationnelle («bitchage») et la conjugaison des représentations médiatiques, de la définition personnelle et de l'expérience vécue à l'adolescence et l'âge adulte : les nuances d'un phénomène associé à la féminité..... 137

6.4.1 Les expériences d'auteures et de victimes : des pistes pour l'intervention 142

6.5 Synthèse 144

6.6 Contributions et recommandations 147

6.7 Limites de la recherche 150

CONCLUSION 153
APPENDICE A : QUESTIONNAIRE 156
APPENDICE B : SCHÉMA D'ENTREVUE 161
APPENDICE C : DEMANDE DE COLLABORATION 166
APPENDICE D : AFFICHE DE RECRUTEMENT 168
APPENDICE E : ÉVALUATION D'INSTRUMENTS DE COLLECTE DE DONNÉES PAR UN COMITÉ D'EXPERTS 169
APPENDICE F : FORMULAIRE DE CONSENTEMENT 182
APPENDICE G : ARBORESCENCE 185
APPENDICE H : SCHÉMA D'ANALYSE 193
APPENDICE I : CERTIFICAT ÉTHIQUE 194
RÉFÉRENCES 195

LISTE DES TABLEAUX

Tableau 4.1 Portrait de l'échantillon p.74

Tableau 4.2 Portrait des habitudes de consommation de médias populaires p.76

Tableau 5.1 Comportements associés au « bitchage » p.103

Tableau 5.2 Vécu «bitchage» tous âges confondus : expériences en tant qu'auteure à l'endroit d'une ou de plusieurs femmes p.121

Tableau 5.3 Vécu «bitchage» tous âges confondus : expériences de victimisation de la part d'une ou de plusieurs femmes p.122

RÉSUMÉ

Bien que les recherches se soient penchées sur les relations féminines à l'adolescence et à l'âge adulte, aucune n'a conjugué les thèmes de l'amitié, de la popularité et de l'agressivité relationnelle, et ce, en prenant compte du contexte social et médiatique dans lequel ces relations prennent forme. S'appuyant sur le principe selon lequel les relations entre femmes se construisent à l'intérieur même des structures sociales et non à l'extérieur de celles-ci (Cogoni et coll., 2018 ; Glick et Fiske, 2001 ; Mavin et coll., 2014 ; O'Connor, 1992) plusieurs avenues ont été empruntées pour explorer les relations entre femmes. Cette recherche exploratoire a donc comme objectif principal de documenter les connaissances sur la place de l'agressivité relationnelle dans les relations entre femmes âgées de 18 à 25 ans, et ses liens avec l'amitié et la popularité. Les questions de recherche sont 1) Quelles sont les perceptions des jeunes femmes des relations entre femmes dans la culture populaire, notamment en regard de l'amitié, de la popularité et de l'agressivité relationnelle («bitchage»)? 2) Quel est le vécu des jeunes femmes quant à leurs relations entre femmes à l'adolescence et à l'âge adulte, plus précisément en regard de l'amitié, de la popularité et de l'agressivité relationnelle («bitchage») ? 3) Quelles sont les perceptions des jeunes femmes sur les différences de genre concernant l'amitié, la popularité et l'agressivité relationnelle («bitchage») ? Cette recherche se base sur la théorie des scripts sexuels de Simon et Gagnon (1986) et a été effectuée à l'aide de questionnaires et d'entrevues semi-dirigées auprès de dix jeunes femmes âgées de 18 à 25 ans. Les propos des participantes ont ensuite été compilés et analysés à la manière de l'analyse thématique inductive (Braun et Clarke, 2006). Ce faisant, les résultats ont permis de dégager certains constats qui indiquent des perceptions plutôt défavorables quant aux représentations des relations entre femmes dans la culture populaire, celles-ci ne reflétant pas le vécu des participantes. Pour ce qui est de leur vécu, quelques différences sont relevées entre la période de l'adolescence et celle du début de l'âge adulte quant à la place et l'importance accordées aux dimensions de l'amitié, de la popularité et de l'agressivité relationnelle («bitchage») dans les relations féminines. Finalement, bien que nuancées, des normes de genre modulent les perceptions des relations masculines et féminines au niveau de l'amitié, de la popularité et de l'agressivité relationnelle («bitchage»). Cette étude contribue aux connaissances sur les relations entre femmes et permet de dégager plusieurs avenues pour l'éducation à la sexualité et à la littératie médiatique.

Mots clés : amitié ; popularité ; agressivité relationnelle («bitchage») ; culture populaire ; relations féminines.

INTRODUCTION

La culture populaire peut fournir des représentations stéréotypées des femmes et de leurs relations, qui renforcent les inégalités de genre, occasionnent des répercussions négatives sur l'image des femmes et promeuvent des relations malsaines entre elles (Behm-Morawitz et Mastro, 2008 ; Coy, 2009 ; Duquet et Quéniart, 2009 ; Gill, 2012 ; Jackson et Vares, 2015 ; Roy, 2015 ; Roy et Laurencelle, 2015). Le «bitchage» est d'ailleurs un phénomène relevé par les médias québécois, qui l'associent aux femmes et à un comportement féminin, faisant des «ravages» dans les écoles et dans les relations de travail (Charest-Sigouin, 2014 ; Destouches, 2014 ; Dompierre, 2017 ; Roy et Laurencelle, 2015 ; Samson, 2009 ; Saint-Laurent, 2011). Ceci dit, les comportements d'intimidation chez les filles et les femmes sont davantage liés à la sphère sociale, se manifestent donc par de l'agressivité relationnelle, suscitant différentes inquiétudes en ce qui a trait aux relations féminines. L'adoption du projet de loi 56 (Loi visant à prévenir et à combattre l'intimidation et la violence à l'école) en 2012 et le Plan d'action concerté pour prévenir et contrer l'intimidation (2015) par le gouvernement québécois font d'ailleurs foi de l'inquiétude qu'elle soulève et invite à la prise de conscience collective. D'un autre côté, cette «prise de conscience collective» est vue d'un œil différent par plusieurs, posant que cette inquiétude serait le résultat d'une «panique morale» à propos des filles et des femmes (Bethune et Gonick, 2017 ; Caron, 2009 ; Ging et Norman, 2016 ; Ringrose, 2006 ; 2008 ; Ringrose et Renold, 2010). En effet, cette «panique» à propos de l'intimidation entre filles contribuerait à la construction et la propagation d'un discours néolibéral, essentialisant et pathologisant les filles, les femmes et l'agressivité relationnelle, ainsi que leur façon de négocier leurs relations, sexualité et agentivité ; discours traversant

autant les sphères médiatiques, que scientifiques et éducatives (Bethune et Gonick, 2017 ; Ging et Norman, 2016 ; Ringrose, 2006 ; 2008 ; Ringrose et Renold, 2010).

Puisque les relations entre femmes se construisent à l'intérieur même des structures sociales et non à l'extérieur de celles-ci (Cogoni et coll., 2018 ; Glick et Fiske, 2001 ; Mavin, Grandy et Williams, 2014 ; O'Connor, 1992), cette étude considère plusieurs niveaux d'analyse pour explorer les relations entre femmes en regard de l'amitié, de la popularité et de l'agressivité relationnelle. La théorie des scripts sexuels (Simon et Gagnon, 1986) a été utilisée pour mieux analyser ces différentes dimensions des relations féminines aux niveaux intrapsychique, interpersonnel, et culturel (Simon et Gagnon, 1986), autrement dit, au «plan subjectif de la vie mentale, de l'organisation des interactions sociales, et au plan de prescriptions culturelles plus générales » (Bozon et Giami, 1999, p.70). Parallèlement, une approche féministe constructiviste (Descarries et Mathieu, 2010) a été utilisée afin de prendre en compte les normes de genre qui traversent les relations entre femmes. C'est auprès de dix jeunes femmes âgées de 18 à 25 ans que des entrevues et questionnaires ont été conduits pour répondre à l'objectif principal de documenter les connaissances sur la place de l'agressivité relationnelle dans les relations féminines et son lien avec l'amitié et la popularité des jeunes femmes âgées de 18 à 25 ans. Une analyse thématique inductive (Braun et Clarke, 2006) a permis de dégager certains constats proposés au chapitre de la discussion. Cette recherche amène non seulement de nouvelles connaissances au sujet des relations féminines, mais elle relève des pistes de réflexion qui pourront contribuer à l'éducation et l'intervention en matière de santé sexuelle et à la promotion de relations saines et respectueuses entre adolescentes et entre femmes.

CHAPITRE I

PROBLÉMATIQUE

L'amitié, la popularité et l'agressivité relationnelle sont des thèmes incontournables sur lesquels se pencher pour pouvoir mieux comprendre les relations entre femmes en général. Après avoir établi le contexte médiatique et social dans lequel les relations entre femmes se construisent et prennent place dans un premier temps, les différentes dimensions explorées; l'amitié, la popularité et l'agressivité relationnelle («bitchage») seront présentées dans un deuxième temps.

1.1 Contexte médiatique et social : la culture populaire et ses modèles sociaux

Pour étudier un phénomène social, la culture populaire est à prendre en considération, puisqu'elle fournit l'information qui permet une socialisation au quotidien par l'entremise des médias de masse et contribue ainsi à la diffusion de modèles culturels (Pasquier, 2005). Par culture populaire, l'on entend «l'ensemble d'idées qui sont largement acceptées par un groupe et qui dictent ce qui est considéré comme acceptable en société» (Goldberg, 2009, p.23, [traduction libre]). Cette culture populaire est très influencée par l'environnement médiatique, qui encadre la socialisation et la consommation des acteurs sociaux au quotidien (Goldberg, 2009 ; Van Damme, 2004). Ceci étant dit, comme la culture populaire est omniprésente, elle est très influente par rapport aux valeurs et aux modèles sociaux et peut donc aussi

renforcer les structures oppressantes, comme le sexisme (Pasquier, 2005). Ainsi, la culture populaire peut s'avérer faussement révolutionnaire, car elle peut porter à croire que ses consommateurs se libèrent de structures contraignantes, quand en réalité, elles se font plus subversives, par exemple la célébration d'une certaine forme de féminité ou d'agentivité pourrait renforcer le sexisme (Pasquier, 2005). Il est donc plus que pertinent de prendre en considération la culture populaire pour explorer une problématique sociale. Il s'avère que les représentations des filles et des femmes dans la culture populaire occupent une place importante dans la couverture médiatique. L'audience féminine à qui cette presse est destinée s'élargit constamment (McRobbie, Malbois, et Varilek, 2009), entre autres à cause de la diversité grandissante des plates-formes disponibles pour sa diffusion, les médias sociaux étant désormais les sites web favoris des jeunes canadiens (Steeves, 2014). Ainsi, les représentations médiatiques des filles et des femmes jouent un rôle de socialisation d'une grande importance sur les relations entre les femmes, car elles fournissent des modèles auxquels s'identifier et indiquent comment se comporter (Conseil du Statut de la Femme, 2008). Ces représentations peuvent être cependant contradictoires, résultant par une négociation et gestion constante de la part des filles et des femmes à propos des modèles à suivre.

Pour mieux comprendre la culture populaire et ses modèles sociaux, les phénomènes de l'hypersexualisation sociale (Duquet et Quéniart, 2009), de la sexualisation (Coy, 2009), ou de la pornographisation de la culture (Poulin, 2009), sont également à prendre en considération dans la problématique. Ceux-ci font, entre autres, référence aux médias qui sexualisent notre quotidien (Eadie, 2004), plus précisément, à la culture populaire, ou de masse, qui se sexualise à un rythme accéléré (Savoie, 2007) et crée une saturation sexuelle et sexiste de la culture populaire, même de l'espace public (Poulin, 2009). Pour Goldfarb (2006), l'hypersexualisation sociale est une manifestation symbolique de la violence envers les filles et les femmes. Pour Coy

(2009), il s'agit simplement d'autres termes pour parler de sexisme ; créant un contexte renforçant les inégalités de genre, la violence sexuelle, et les stéréotypes sexuels. Rappelons que les stéréotypes sexuels se définissent comme «des clichés ou des jugements pétrifiés au sujet des différences physiologiques et psychologiques entre les femmes et les hommes et des rôles qui leur sont dévolus sur la base de leur appartenance sexuelle » (Descarries et Mathieu, 2010 p.26). Ils proviennent d'idées qui sont rarement remises en question, souvent utilisées pour justifier la division sociale des sexes, et par le fait même, le sexisme. Ceux-ci sont appris et intériorisés par un processus de socialisation, et ce, autant par les hommes que par les femmes (Descarries et Mathieu, 2010).

1.1.1 Représentations médiatiques des femmes : un discours contradictoire sur la féminité, l'agentivité, et le féminisme

La revue de littérature réalisée par Duquet et Quéniart (2009) soulève que le contexte d'hypersexualisation sociale occasionnerait, entre autres, une pression chez les filles à se valoriser par ce qui est superficiel, plutôt que par leurs habiletés intellectuelles. De cette absence d'autres sources de valorisation découle un renforcement de l'importance de se conformer aux stéréotypes, d'attirer l'attention des garçons et de se définir par sa désirabilité sexuelle, entrainant une compétition entre filles, basée sur ce capital de désirabilité (Duquet et Quéniart, 2009), en plus d'influencer la compréhension de la féminité chez les filles et de contraindre leur éventail d'opportunités (Coy, 2009). Duquet et Quéniart (2009) rapportent que la banalisation de la sexualité et de la violence sont deux phénomènes intimement liés dans les images médiatiques. Plus précisément, Jackson et Vares (2015) parlent de la «bitch culture» que l'on peut observer dans les sites ou blogues à potins, qui critiquent constamment le train de vie ou le corps des femmes célèbres, renforçant les normes

de genre, normes sexuelles, et stéréotypes sexuels. On assisterait donc à un renforcement des stéréotypes et des inégalités de genre, occasionnant des répercussions négatives sur l'image des femmes, et promouvant des relations malsaines entre elles (Behm-Morawitz et Mastro, 2008; Coy, 2009; Duquet et Quéniart, 2009; Gill, 2012; Jackson et Vares, 2015, Roy, 2015). Ceci dit, certains chercheurs critiquent le discours autour de la question d'hypersexualisation, qui implique nécessairement une posture morale (Lévy et Blais, 2018). Selon eux, ce discours dresse un portrait alarmiste en regard des médias, qui n'est pas fondé; «si l'espace public véhicule des modèles dont s'inspirent les individus en quête de manières de faire, il est faux de dire que les seuls modèles qui se présentent à eux sont des modèles 'hypersexualisés'» (Blais, Raymond, Manseau, et Otis, 2009 ; p.45). Le discours sur l'hypersexualisation est qualifié par ces critiques (Blais et coll., 2009) de «panique morale», ou même d'«hypermoralisation» (Nengeh Mensah, 2009) qui consiste à vouloir montrer que le sexe est mauvais et dangereux. Selon Nengeh Mensah (2009), les adolescentes cherchent désormais à être belles et sexys et non plus de «bonnes filles», dénotant toutefois la même préoccupation; celle de se conformer à une norme de féminité, l'angoisse de déplaire étant parallèlement nourrie et renforcée par une éducation moralisatrice et une culture de la modestie (Nengeh Mensah, 2009).

D'un autre côté, précisons que depuis les années 1990, une nouvelle forme de féminisme a vu le jour dans les médias de masse. Il s'agit d'un féminisme plus jeune, à la mode et averti par rapport à la culture populaire. S'inspirant de modèles comme les Spice Girls ou les protagonistes de *Sex and the City*, on parle alors de «girl power», «lipstick feminism», «power feminism», «féminisme de troisième vague» ou même «post-féminisme» (Attwood, 2007 ; Bailey, 2003 ; Hains, 2009; Lebreton, 2009; McRobbie et coll., 2009). Ce nouveau féminisme en est un qui est conscient des conceptions et standards patriarcaux de féminité et de beauté et les utilise d'une

manière symbolique ou parodiée pour les mettre à son avantage (Attwood, 2007 ; Bailey, 2003 ; Vesey, 2016). Ainsi, les mots «bitch», «bad bitch» sont de plus en plus utilisés et réappropriés dans les médias de masse pour désigner une femme forte, confiante et déterminée (Bailey, 2003). Toutefois, comme il peut être interprété de différentes façons, la proximité du discours dominant qu'il conteste fait en sorte qu'il est puissant, mais aussi risqué d'utiliser le mot «bitch» comme symbole d'*empowerment* (Bailey, 2003 ; Vesey, 2016). De la même façon, plusieurs femmes qui personnifient cette nouvelle manière d'être féministe peuvent être considérées comme des figures d'*empowerment* par certains, ou comme complices du patriarcat et de la consommation par d'autres (Bailey, 2003). La nuance serait dans le fait de connaître le discours et mouvement féministe pour comprendre l'ironie (Bailey, 2003 ; Vesey, 2016). En suivant cette logique, le fait de s'appeler soi-même ou les autres femmes «bitch» peut être interprété comme une action d'*empowerment*, ou à l'inverse, d'un geste sexiste. En effet, le discours du «Girl Power» et les messages «féministes» sur les produits de consommation tels les vêtements, peuvent être considérés comme un avancement, mais dans la mesure où ces messages ne sont présents qu'à des fins de consommation, ils sont contradictoires (Gonick, 2004 ; Lebreton, 2009).

Ceci étant dit, malgré l'existence de plusieurs exemples positifs, les relations féminines sont encore souvent présentées dans la culture populaire, mais aussi dans les écrits qui traitent du sujet, comme un espace où la médisance, la compétition et la violence relationnelle y sont omniprésentes et opérationnalisées dans le but d'obtenir l'approbation des pairs, un gain de popularité et d'agentivité (Behm-Morawitz et Mastro, 2008). Pour bien comprendre, l'agentivité réfère à la capacité d'agir de façon compétente, raisonnée, consciencieuse et réfléchie (Lang, 2011). Cette agentivité qu'amène le fait d'agir agressivement serait donc une façon de résister au discours voulant que les filles soient des victimes passives et douces (Currie, Kelly, et

Pomerantz, 2007; Lang, 2011). Ceci dit, l'agentivité, selon le discours néolibéral, met de l'avant l'autonomie des femmes et leur subjectivité personnelle, leur permettant d'affirmer un contrôle sur leur choix et leurs comportements en lien avec leur sexualité (Bay-Cheng, 2015). À ce propos, plusieurs affirment que la mise en valeur de l'agentivité féminine dans le nouveau féminisme, présentant un modèle féministe libéral, promouvant un style de féminité actualisé, commercial, et globalisé, par l'importance accordée à la mode et à la beauté (Bae, 2011 ; Lamb et Peterson, 2012 ; Lebreton, 2009) impose en fait une «mascarade post-féministe» (McRobbie et coll., 2009, p.17). Cette mascarade, découlant de l'argument néolibérale que les femmes profitent d'une liberté égale à celle de l'homme, présente donc l'hyperféminité et les pratiques routinières d'entretien quotidien du corps et de l'apparence comme un choix librement consenti, donc synonyme d'une sorte de féminisme, plutôt que le résultat des contraintes et de normes de genre exigées de toutes les femmes (McRobbie et coll., 2009). En vérité, les pratiques et les représentations associées à l'importance de l'agentivité inciteraient plutôt les jeunes filles et femmes à se situer dans un rapport permanent de rivalité, celle-ci centrée sur l'apparence physique et le succès auprès du sexe opposé (Bay-Cheng, 2015 ; Lebreton, 2009).

Enfin, Bay-Cheng (2015) pose que cette injonction à l'agentivité serait plutôt une nouvelle dimension pour contrôler la sexualité des femmes. En effet, la sexualité des femmes est traditionnellement jugée selon un continuum entre le fait d'être trop active (putain) ou trop peu active (vierge), occasionnant la recherche constante d'un certain équilibre entre les deux. L'intersection de la dimension de l'agentivité avec le continuum vierge-putain fait en sorte que l'on catégorise les femmes aussi selon le contrôle qu'elles affichent. Elles sont donc agentives, lorsqu'elles affichent du contrôle et affirment leur choix, ou sont considérées comme victimes, lorsqu'elles ne semblent pas contrôler ni assumer les choix et comportements qu'elles émettent (Bay-Cheng, 2015). Toujours selon Bay-Cheng (2015), les femmes se jugeraient donc entre

elles pour se garder au-dessus de cette ligne d'agentivité, s'assurant de rabaisser les autres pour les maintenir sous cette même ligne. Cette nouvelle dimension en est une particulièrement intéressante lorsque l'on étudie la sexualité des femmes, mais aussi comment on les perçoit et les traite en société, surtout comment ce phénomène se reflète entre elles. Effectivement, les relations féminines ne se développent pas de façon indépendante à ce contexte, mais bien à l'intérieur de celui-ci (Cogoni et coll., 2018 ; Glick et Fiske, 2001 ; Mavin et coll., 2014 ; O'Connor, 1992). Bref, les jeunes femmes demeurent donc encore et toujours confinées dans un espace normatif où elles sont amenées à constamment se juger et se culpabiliser elles-mêmes, mais aussi et surtout entre elles, les maintenant divisées les unes des autres (Bay-Cheng, 2015).

1.2 Relations entre femmes : un sujet peu exploré

1.2.1 Amitié féminine : une complicité historiquement dévaluée

Dans son ouvrage sur l'amitié féminine, O'Connor (1992) relève le manque de recherche, et ce à travers les disciplines, s'intéressant aux amitiés féminines. En effet, l'intérêt pour celles-ci a vu le jour vers la fin des années 1970 et début 1980 ; les recherches sur les relations interpersonnelles ainsi que les études féministes prenant un essor avec le mouvement des femmes et le principe du «privé est politique» (O'Connor, 1992). Plus précisément, ce slogan est venu bousculer le statu quo concernant des préoccupations que l'on jugeait «intimes» et donc sans valeur politique ou scientifique, par exemple la violence conjugale, le travail domestique, les relations amoureuses, amicales, etc. C'est à ce moment que plusieurs disciplines sociales se sont penchées sur des problématiques jusque-là ignorées, avec des perspectives féministes (O'Connor, 1992).

Ceci étant dit, le concept de l'amitié étant construit, il varie selon la culture et la période historique ; les relations entre femmes peuvent donc seulement être analysées et comprises à l'intérieur même des structures et idéologies ambiantes (Cogoni et coll., 2018 ; Glick et Fiske, 2001 ; Mavin et coll., 2014 ; O'Connor, 1992). L'auteure pose que jusqu'à une période que l'on pourrait qualifier de récente, l'amitié entre femmes était démonisée ou stigmatisée, étant vues comme «suspectes» (O'Connor, 1992). Cette diabolisation se manifestait par la mise en portrait, dans la littérature, la mythologie, et la psychanalyse entre autres, d'amitiés féminines comme hypocrites, immatures ou même «déviantes», faisant référence au lesbianisme (O'Connor, 1992). Des intellectuelles féministes ont posé que cette tendance serait principalement due à la société patriarcale, car elle crée un renforcement de la dépendance des femmes envers les hommes. En effet, si une femme ne peut pas faire confiance à une autre femme, travailler, ou être amie avec elle, elle est dans l'obligation de se ranger aux côtés des hommes (O'Connor, 1992). Un autre exemple de ce portrait des relations entre femmes est présent en histoire. Quoique les relations entre femmes soient sujettes d'une historiographie en pleine émergence, «l'historiographie de la sororité», celles-ci sont beaucoup moins bien documentées que les relations entre hommes et femmes, ou que les relations entre hommes (Lampron, 2012). Les amitiés féminines sont d'ailleurs historiquement dévaluées, employant arbitrairement les termes de «rivalité», de «jalousie», lorsque l'on expose des conflits ou débats entre auteures par exemple, sans appuyer ce choix de terme. Ces conflits, ou débats entre femmes sont d'ailleurs individualisés, présentés de manière anecdotique et peu détaillée (Lampron, 2012). L'historiographie de la sororité s'est donc développée en opposition à cette historiographie de rivalités, pour investiguer d'une manière plus positive, ou du moins objective, les relations entre femmes dans l'histoire (Lampron, 2012).

De nos jours, les relations positives entre les femmes sont peu présentes dans la culture populaire (Agarwal, Zheng, Kamath, Balasubramanian et Dey, 2015), elles

sont souvent mises en portrait comme hypocrites, malsaines ou empreintes d'agressivité relationnelle (Bay-Cheng, 2015 ; Behm-Morawitz et Mastro, 2008 ; Waldron 2011). Certaines auteures travaillent d'ailleurs sur le discours de l'intimidation et de la «meangirl», cet archétype bien présent dans la culture populaire, qui imprègne aussi la culture scientifique et éducative. En effet, la psychologisation de l'agressivité relationnelle aurait contribué à cette notion que chaque fille peut être à risque d'avoir des comportements «antisociaux» créant une appréhension et une suspicion face à l'amitié féminine (Bethune et Gonick, 2017 ; Caron, 2009 ; Ging et Norman, 2016 ; Ringrose, 2006 ; 2008 ; Ringrose et Renold, 2010). Pourtant, les amitiés entre femmes seraient tout de même un élément important dans leur vie, l'affiliation et l'acceptation des autres filles étant d'une grande importance dans la construction de l'identité de celles-ci (Crothers et coll., 2005), de même qu'au développement de leur résilience psychologique (Graber et coll., 2016). À l'âge adulte, elle contribue encore à la construction identitaire, en plus d'apporter estime personnelle et support social (Alemán, 2010; Behm-Morawitz et Mastro, 2008 ; McGuire et Leaper, 2016). La période de l'âge adulte émergent (Arnett, 2000), entre 18 et 25 ans, en est une où les jeunes femmes deviennent des adultes, elles devront prendre des décisions par rapport à leur choix de carrière et la manière dont elles vont vivre et exprimer leur sexualité, leur féminité, leur agentivité, leurs relations amicales et amoureuses (Arnett, 2000; Behm-Morawitz et Mastro, 2008; Gonick, 2004).

1.2.2 Popularité chez les filles et les femmes : approbation et négociation

La soif de popularité est tangible dans les sociétés contemporaines, où l'on y voit une privatisation de l'espace public à travers le phénomène de l'hypersexualisation et une

publicisation de l'espace privé via les réseaux sociaux (Poulin, 2009 ; Stefanone, Lackaff et Rosen, 2010 ; Tisseron, 2011). En effet, l'exposition égocentrique sur les réseaux sociaux ou le succès des téléréalités illustre bien le phénomène où la singularité de chacun doit devenir spectaculaire pour qu'elle ait une valeur (Poulin, 2009). Tisseron (2011) réfère au concept d'extimité, comme le désir d'expression de certaines parties privilégiées de l'intimité ; qui ne fait sens que «si l'interlocuteur est reconnu susceptible de le valider» (Tisseron, 2011, p.86), raisonnant bien avec la fonction de «like» particulière aux réseaux sociaux. De plus, un constat de Duquet (2005) pose que «le statut social n'est plus seulement défini par la richesse et le pouvoir, mais aussi par l'apparence» les médias de masse imposant un culte omniprésent de l'apparence et de la performance (Duquet, 2005, p.115), notable aussi sur les réseaux sociaux.

Le statut social dans le groupe de pairs, à l'adolescence, prend une place importante puisqu'il influe sur la personnalité, la confiance en soi, la sociabilité, les valeurs et le parcours scolaire (Hernandez, Oubrayrie-Roussel et Prêteur, 2012). La popularité est d'ailleurs une composante abordée de façon récurrente dans les recherches sur les relations féminines, surtout à l'adolescence (Currie et coll., 2007 ; De Bruyn et Cillessen, 2006 ; De Bruyn, Cillessen et Weisfeld, 2012 ; Waldron, 2011). En effet, la quête de l'approbation des pairs, et de statut par la popularité chez les adolescentes serait une variable modératrice à l'engagement scolaire (Goulet, et coll., 2014), et même d'une plus grande importance que la réussite scolaire (Waldron, 2011). Currie et ses collègues (2007), posent que la popularité serait accordée aux filles qui correspondent à une certaine image et fréquentent les bonnes personnes, et qui surtout reçoivent de l'attention des garçons. Cette attention doit cependant être opérationnalisée de la bonne manière, pour éviter de récolter une étiquette de «fille facile», autre facteur que doivent considérer les filles dans leur manière de socialiser (Currie et coll., 2007). D'ailleurs, les résultats d'une étude québécoise réalisée auprès

de 69 adolescents (46 filles et 23 garçons) dont l'âge moyen est de 14 ans, indiquent que « l'agir sexuel devient partie prenante de leur popularité (bonne ou mauvaise) au sein du groupe de pairs et ce, indépendamment du fait qu'ils aient une réelle expérience sexuelle ou que cela demeure strictement au niveau du discours » (Duquet et Quéniart, 2009 ; p.122). En bref, la popularité est accordée à celles qui comprennent les règles non écrites de la féminité dite «acceptable» (Currie et coll., 2007). Le même phénomène se retrouve dans les relations entre femmes adultes sur le marché du travail, la façon d'exprimer leur féminité jouant un rôle modérateur dans l'approbation des collègues de travail et les expériences d'agressivité relationnelle entre femmes (Mavin, et coll., 2014 ; Mavin et Grandy, 2016). On peut se demander si le même enjeu, lié à la popularité et l'approbation des pairs, est présent dans la vie des jeunes femmes, et surtout de quelle manière celui-ci se reflète dans leurs relations avec les autres femmes. Lansu et Cillenssen (2012) soulèvent d'ailleurs l'importance de la popularité et la recherche de statut des jeunes adultes âgés de 18 à 25 ans, mais réitèrent un manque d'études auprès de cette population à ce sujet.

1.2.3 Agressivité relationnelle («bitchage») : la violence au féminin?

Pour ce qui est de l'agressivité relationnelle, elle est aussi une composante qui semble aller de soi dans les relations féminines, à la fois dans les recherches portant sur le sujet (Behm-Morawitz et Mastro, 2008; Gonick, 2004; Jackson et Vares, 2015; Mavin et coll., 2014) et dans les médias populaires qui parlent du phénomène de «bitchage» entre femmes (Charest-Sigouin, 2014 ; Destouches, 2014 ; Dompierre, 2017 ; Roy et Laurencelle, 2015; Saint-Laurent, 2011; Samson, 2009). Ceci dit, il est impératif de souligner que la culture populaire et la culture scientifique ne sont pas mutuellement exclusives, ce qui amène bien des implications au niveau de la pratique

(Bethune et Gonick, 2017 ; Ringrose, 2008). Plus spécifiquement, la culture populaire nord-américaine, depuis les années 1990, a mis une emphase particulière sur les filles adolescentes, causant par le fait même la construction de la «mean girl», le film *Mean Girl* en étant l'exemple le plus parlant [1] (Bethune et Gonick, 2017). Cette construction populaire par les médias sensationnalistes de l'image de la «mean girl» est la base du débat en psychologie développementale et éducationnelle à propos des filles et de l'agressivité relationnelle (Ringrose, 2006). On parle alors d'imbrication d'un discours dans la culture populaire et dans les textes éducatifs destinés à un grand public, incluant les parents et les employés d'écoles (Beals, 2014 ; Bethune et Gonick, 2017 ; Ringrose 2008).

À ce sujet, l'agressivité relationnelle est explorée dans le livre et documentaire «#Bitch-Les filles et la violence» (Roy, 2015; Roy et Laurencelle, 2015). On y expose l'intimidation psychologique et l'agression sociale présentes particulièrement chez les filles, à l'école secondaire, mais aussi dans le cyberespace. Celle-ci est caractérisée par l'exclusion, le fait de ne pas tenir compte de l'autre, le dévoilement des secrets d'une autre personne, faire circuler de fausses rumeurs ou le commérage (Agence de Santé publique du Canada, 2006; Roy, 2015). Ces comportements sont la plupart du temps à propos ou en réaction à l'apparence et à la réputation sexuelle de la victime (Bay-Cheng, 2015; Behm-Morawitz et Mastro, 2008; Roy, 2015). Ils seraient perpétrés entre filles, dans le but d'acquérir du pouvoir, de l'attention des garçons, de la popularité et de l'agentivité (Behm-Morawitz et Mastro, 2008; Waldron, 2011) et pourraient engendrer de la détresse psychologique chez les victimes (Agence de Santé publique du Canada, 2006; Holterman, Murray-Close et Breslend, 2016; Roy, 2015).

---

[1] Les auteurs donnent en exemples les téléséries *Beverly Hills 90210, Gossip Girl,* dans lesquelles l'on peut voir l'image de «mean girl». Elles précisent que le scénario du film culte du genre, *Mean Girl* est inspiré du livre bestseller de Rosalind Wiseman (2002) *Queen Bees and Wannabes,* précurseur de plusieurs guides à l'intention des parents et professeurs au sujet des filles et de l'agressivité relationnelle (Bethune et Gonick, 2017).

Des auteurs féministes critiquent toutefois ce discours au sujet de l'intimidation mettant en portrait les filles comme uniquement agressives socialement, résonnant avec des normes féminines et masculines essentialisées et polarisées, acceptées et interprétées comme «naturelles» (Bethune et Gonick, 2017 ; Ringrose 2008 ; Ringrose et Renold, 2010). Bien que l'acquisition de pouvoir soit relevée comme motivation pour émettre des comportements d'agressivité relationnelle, ce discours ne prend pas en considération les dynamiques de pouvoir (sexisme, racisme, classisme) qui traversent les relations féminines (Ringrose et Renold, 2010). La façon dont les filles font la gestion de leurs conflits est alors considérée comme anormale, pathologique (Beals, 2014 ; Ging et Norman, 2016 ; Bethune et Gonick, 2017), mais comme une crise particulière à l'expérience féminine (Gonick, 2004). De plus, ce discours originalement à propos des filles s'est étendu aux femmes, pour ainsi être considéré comme un trait féminin, souvent expliqué dans un cadre essentialiste, biologique, et évolutionniste (Bethune et Gonick, 2017). Ce phénomène nous informe sur la façon dont les filles et les femmes sont perçues, mais aussi comment sont considérées leurs relations entre elles.

Enfin, bien des recherches faites au sujet de l'agressivité relationnelle dans les relations féminines ne prennent pas en considération le contexte social dans lequel ces relations sont imbriquées (Beals, 2014 ; Bethune et Gonick, 2017 ; Ging et Norman, 2016 ; Ringrose 2008 ; Ringrose et Renold, 2010). De plus, nombre de recherches sont effectuées auprès d'enfants et d'adolescents, donc peu d'informations sont disponibles sur les effets de ces expériences lorsqu'elles sont vécues au début de l'âge adulte (Holterman et coll., 2016). Il est toutefois soulevé que les expériences de victimisation d'agressivité relationnelle sont corrélées avec des symptômes de dépression (Holterman et coll., 2016). Des comportements d'agressivité relationnelle seraient aussi présents dans les relations entre femmes plus âgées. Dans les relations de travail entre femmes de pouvoir par exemple, les relations féminines sont

complexes, contradictoires et peuvent même contraindre et miner l'avancement des femmes et leurs carrières (Mavin, et coll., 2014). Il est pertinent de se demander si ces comportements d'agressivité relationnelle, ce phénomène de «bitchage», est présent chez les jeunes femmes âgées de 18 à 25 ans, et si oui de quelle façon celui-ci est vécu.

1.3 Pertinence de l'étude

Sur le plan scientifique, la culture populaire est souvent abordée en termes d'agent de socialisation important, et l'on s'intéresse à ses répercussions individuelles, mais moins à ses répercussions interpersonnelles, pour comprendre comment elle affecte les relations des personnes qui la consomment. Pourtant, comme il a été soulevé, elle est d'une importance capitale pour comprendre des phénomènes sociaux (Pasquier, 2005). L'exploration des perceptions à plusieurs niveaux soit personnel, interpersonnel et culturel (Simon et Gagnon, 1986), des jeunes femmes sur les relations entre femmes, est donc l'élément novateur de la recherche que nous proposons. De plus, peu d'écrits scientifiques se penchent sur la question des relations entre femmes dans la période du début de l'âge adulte, et peu prennent en compte les voix des principales concernées (Caron, 2009). En effet, étant le public cible des représentations les concernant et considérant l'influence de la culture populaire sur les attitudes et les croyances, il est nécessaire d'explorer comment la popularité, l'amitié et l'agressivité relationnelle («bitchage») sont perçues et vécues par les jeunes femmes. En prenant en compte le contexte médiatique, notre étude contribuera à mieux comprendre comment les jeunes femmes perçoivent et vivent leurs relations. Ultimement, elle contribuera à l'avancement des connaissances sur ces réalités et problématiques féminines.

Sur le plan social, comme tout phénomène vécu chez les filles et les femmes, il est important de se poser des questions sur les enjeux sociaux qu'il soulève, mais aussi de quelle manière ceux-ci peuvent porter atteinte à la place des femmes et à l'égalité des sexes. En effet, la naturalisation et la généralisation que l'on fait des comportements d'agressivité relationnelle en les qualifiant de typiquement féminins ne prennent pas en compte le contexte social qui produit réellement ce phénomène (Gonick, 2004), et nous informent ultimement sur la façon dont les femmes et leurs relations sont considérées. Dans le même ordre d'idées, on ne peut sous-estimer l'apport de la culture populaire, car elle impose de nouvelles valeurs sociales et influence les rapports de genre (Van Damme, 2004). En effet, les représentations hypersexualisées et violentes des femmes sont banalisées et le discours entourant les l'amitié, la popularité et l'agressivité relationnelle dans la culture populaire, occasionnent des répercussions négatives sur l'image des femmes notamment en faisant la promotion de relations malsaines entre elles (Behm-Morawitz et Mastro, 2008 ; Jackson et Vares, 2015). Puisque l'agressivité relationnelle est associée aux femmes et au féminin, analyser les enjeux de genre dans le phénomène est plus que pertinent. Le «bitchage» se ferait en général par les femmes, à propos de l'apparence et, ou, de la réputation sexuelle des autres femmes (Bay-Cheng, 2015 ; Behm-Morawitz et Mastro, 2008 ; Roy, 2015 ; Roy et Laurencelle, 2015 ; Vaillancourt, 2013). Il est donc intéressant, à la lumière des enjeux qui ont été soulevés, d'explorer les perceptions et le vécu de l'amitié, de la popularité et de l'agressivité relationnelle («bitchage») chez les jeunes femmes dans leurs relations avec les autres femmes de leur entourage. La pertinence sociale de se pencher sur ce problème réside donc dans le fait qu'elle apportera davantage d'informations et de compréhension sur les relations entre femmes et les rapports de genre qui les sous-tendent, pour ultimement amener une réflexion critique et le développement de ressources et d'outils d'éducation permettant un éventuel changement dans les mentalités en ce qui a trait aux relations féminines. Finalement, elle permettra d'approfondir des connaissances qui s'inscrivent dans la lignée de la «Loi visant à lutter contre l'intimidation et la

violence à l'école» (2012), et du «Plan d'action concerté pour prévenir et contrer l'intimidation» (Ministère de la Famille, 2015).

Puis, sur le plan sexologique, il a été soulevé que la culture populaire et les discours qu'elle sous-tend offrent des représentations et modèles contradictoires. Ceux-ci contribuent à la négociation constante de l'agentivité, de la féminité et de la sexualité des jeunes femmes, les amenant à se juger et se culpabiliser elles-mêmes, mais aussi, et surtout entre elles, les maintenant divisées les unes des autres (Bay-Cheng, 2015). Les relations féminines, représentées dans la culture populaire, mais aussi dans les écrits traitant du sujet, semblent se pencher davantage sur les conflits que sur la richesse et les forces que ces relations peuvent apporter dans la vie des jeunes femmes. Dans cette perspective, les opportunités de développer des amitiés profondes se voient réduites (Alemán, 2010). Il est donc important de comprendre comment les relations entre femmes sont perçues et vécues par les jeunes femmes, à travers les thèmes de l'amitié, de la popularité et de l'agressivité relationnelle («bitchage»), en prenant en considération le contexte social et médiatique dans lequel ces relations prennent forme.

À la lumière des résultats obtenus, il serait pertinent de dégager quel type d'intervention sexologique, dans une optique d'éducation à la sexualité, pourrait être mise en place auprès des adolescentes et des jeunes femmes. Ainsi, depuis septembre 2018, l'éducation à la sexualité est obligatoire pour tous les élèves du primaire et du secondaire, dans les établissements privés et publics, et les contenus sont définis par le Ministère de l'Éducation, de l'Enseignement supérieur et de la Recherche du Québec (MEES, 2018). Les connaissances soulevées dans cette recherche pourront donc être mobilisées dans diverses interventions pédagogiques en lien avec plusieurs thématiques que couvrent ces contenus obligatoires, par exemple, l'«identité, rôles, stéréotypes sexuels et normes sociales» (MEES,2018; p.4). Finalement, on souhaite

qu'une telle démarche éducative dès le début du secondaire puisse avoir un impact sur les conduites entre jeunes femmes plus tard et le développement de rapports solidaires.

CHAPITRE II

ÉTAT DES CONNAISSANCES

Ce chapitre fait état des connaissances proposées par les recherches au sujet des relations entre femmes. D'abord, il sera question des recherches sur les représentations médiatiques des femmes et de leurs relations par la culture populaire, plus précisément par l'industrie de la musique, du cinéma, et des médias sociaux. Ensuite, la revue de littérature abordera plus amplement les relations entre femmes, sous plusieurs thématiques récurrentes, d'abord l'amitié, la popularité puis l'agressivité relationnelle («bitchage»). Ces dimensions seront juxtaposées de manière à comprendre comment elles s'inscrivent dans les relations entre filles à l'adolescence et entre femmes à l'âge adulte.

2.1 Représentations médiatiques des femmes et de leurs relations

2.1.1 Médias populaires et femmes

La culture populaire est l'ensemble d'idées qui sont largement acceptées par un groupe et dicte ce qui est considéré comme acceptable en société (Goldberg, 2009). Elle est un agent de socialisation de grande influence à considérer pour comprendre

les relations entre femmes, puisqu'elle représente les médias de masse c'est-à-dire la presse, la publicité, la télévision, la musique, les vidéoclips, les réseaux sociaux entre autres, qui encadrent la socialisation et la consommation des acteurs sociaux au quotidien (Van Damme, 2004). Comme soulevé précédemment, la culture populaire offre des représentations des femmes contradictoires qui peuvent être problématiques et renforcer la médisance envers les femmes, par conséquent, entre les femmes aussi. Plus précisément, les relations entre les femmes dans la culture populaire nord-américaine sont souvent définies comme hypocrites, malsaines ou empreintes de violence relationnelle (Behm-Morawitz et Mastro, 2008 ; De Bruyn et Cillessen, 2006 ; Waldron 2011). Ce portrait des relations féminines est très répandu et porte à croire que la rivalité est innée chez celles-ci, ce qui limite la prise de conscience quant à l'importance des pratiques de solidarité féminine et ultimement, des enjeux de lutte propres aux femmes (Lebreton, 2009).

Ceci étant dit, nombre de recherches se penchent sur l'analyse de contenu de la culture populaire pour comprendre comment les femmes et leurs relations sont représentées. Pour ce qui est de l'industrie de la musique et du vidéoclip et des modèles qu'elle offre, certaines recherches posent que les femmes y sont représentées de manière très stéréotypée et hypersexualisée, l'apparence physique et la quête du corps sexy étant d'ailleurs des thèmes les plus explicitement illustrés dans l'industrie, offrant un exemple saillant en ce qui concerne les normes de genre, normes sexuelles, et stéréotypes sexuels (Aubrey et Frisby, 2011 ; Marquis, 2014). Les recherches critiquent aussi la récurrence de thématiques problématiques dans la presse féminine, amenant une multiplication des stéréotypes, et la prégnance de discours normatifs tels que la quête de l'amour, le culte de la minceur, les représentations dépassées des relations de couple, la naturalisation de la domination masculine et de la subordination féminine, et la récupération ou naturalisation des luttes féministes (Lebreton, 2009 ; Saint-Martin et Gibeau, 2012).

Du côté du cinéma, les représentations que l'on fait des femmes et de leurs relations ne semblent pas fournir de modèles satisfaisants, selon la place occupée par les personnages féminins, peu importe le genre cinématographique (Agarwal et coll., 2015). Pour illustrer ce propos, une recherche américaine s'est penchée sur l'automatisation du Test de Bechdel (1985) pour mesurer scientifiquement la présence et l'agentivité des femmes au cinéma et à la télévision (Agarwal et coll., 2015). Ce test est en fait tiré d'une bande dessinée populaire d'Alison Bechdel parue en 1985 *The Rule,* dans lequel un personnage explique ses critères pour avoir un intérêt à visionner un film (Bechdel, 1985 ; Garcia, et coll., 2013 ; Agarwal et coll., 2015). Il vérifie donc si une œuvre cinématographique figure a) au moins deux femmes b) qui discutent ensemble c) à propos d'autres sujets qu'un homme (Bechdel, 1985 ; Agarwal et coll., 2015). Il est maintenant utilisé comme un critère d'évaluation de biais de genre en Suède, entre autres, au même titre que l'on évalue la violence ou la nudité (Garcia et coll., 2013). Plus précisément, un biais de genre fait partie de la culture et de l'idéologie d'une société; les inégalités de genre se reflètent dans l'inconscient des individus et de la société et se manifestent dans les comportements inconscients et dans la fiction créée et consommée par cette société dominée par les hommes et le masculin (Agarwal et coll., 2015 ; Friedan, 2001). Les auteurs de la recherche ont donc automatisé ce test à partir des trois critères relevés ci-dessus. À l'aide de mesures quantitatives et d'analyses de scénarios de 457 films populaires, les auteurs posent que l'on retrouve bel et bien un biais de genre assez présent, 266 films de leur échantillon ayant échoué le test (Agarwal et coll., 2015). Ils retrouvent aussi une corrélation significative entre l'importance des rôles féminins et le Test de Bechdel (1985) ; les films qui échouent le test ont tendance à mettre les femmes en scène comme personnages périphériques aux hommes et moins importants que ceux-ci (Agarwal et coll., 2015). Enfin, il est pertinent de noter que les grands consommateurs de télévision sont amenés à croire que le monde est tel que représenté par celle-ci, et les attitudes du consommateur sont construites et modelées selon les modèles qui y sont proposés (Behm-Morawitz et Mastro, 2008 ; Gerbner, 1998).

Pareillement, une recherche menée dans un collège américain auprès d'un échantillon de 135 étudiants âgés de 19 et 20 ans, démontre un lien entre la façon dont le genre est représenté dans les médias populaires et les croyances, les attitudes et les jugements des personnes qui les consomment (Behm-Morawitz et Mastro, 2008). Concrètement, ils ont questionné les participants sur leurs habitudes de consommation de films pour adolescents (*Teen movies*), ainsi que leurs croyances et leurs attitudes en lien avec les normes de genre. De plus, ils ont effectué une analyse de contenu des représentations de genres dans 20 des films les plus populaires auprès des adolescents (*Teen movies*) parus entre 1995 et 2005 (Behm-Morawitz et Mastro, 2008). Les résultats suggèrent que les films adressés aux adolescents et adolescentes font le portrait des filles et des relations qu'elles entretiennent avec les autres filles comme mesquines, hypocrites, manipulatrices et cruelles (Behm-Morawitz et Mastro, 2008). Les personnages féminins useraient de violence relationnelle pour parvenir à leur fin, cette violence étant récompensée par une hausse de popularité et un sentiment d'accomplissement pour le personnage qui en émet (Behm-Morawitz et Mastro, 2008). De plus, les résultats démontrent que le visionnement de films pour adolescents est associé avec le fait d'adhérer à des rôles de genre et des stéréotypes négatifs à propos des amitiés entre filles (Behm-Morawitz et Mastro, 2008). De ce fait, il n'est pas étonnant de voir cette vision stéréotypée de violence entre les filles omniprésente dans la culture populaire à travers l'industrie de la musique, la presse à scandale, la télévision et le cinéma (Behm-Morawitz et Mastro, 2008). Considérant l'influence de ces médias, il est pertinent de se demander si les mêmes enjeux se retrouvent dans les perceptions et les relations du public cible.

D'un autre côté, il importe de souligner le discours féministe dans la culture populaire, qui offre à sa manière des modèles relationnels que l'on pourrait qualifier de plus positifs. Par exemple, le magazine «BITCH : Feminist response to pop culture» originalement publié aux trois mois représente désormais une plate-forme

multimédia et une véritable institution pour les jeunes féministes (Bailey, 2003 ; Vesey, 2016). Celui-ci offre une critique féministe autour de la question de la beauté, un renforcement d'une communauté et un sentiment d'appartenance féministe (Bailey, 2003). Plus précisément, Bailey (2003) fait l'analyse de contenu et critique une parution de novembre 2000 (Bailey, 2003). Elle postule que l'utilisation du mot «bitch» présente une réappropriation d'un terme traditionnellement utilisé pour garder les femmes à leur place (Bailey, 2003). Aussi, l'ironie, la parodie, la recontextualisation et la réappropriation de symboles d'autorités patriarcales sont utilisées pour aller à l'encontre des conceptions patriarcales et renforcer un sens de communauté féministe (Bailey, 2003). Bref, un des principaux créneaux du magazine, et ce qui le distingue d'autres magazines féminins, est la reconceptualisation de la beauté et l'utilisation de stratégies de rhétorique ; critiquer la culture populaire est alors considéré comme un acte hautement féministe (Bailey, 2003). Enfin, comme la réappropriation du mot «Bitch» dans la culture populaire, le magazine du même nom se veut un moyen de tourner le discours dominant contre lui-même, toutefois cette proximité peut être interprétée comme de la complicité avec celui-ci (Bailey, 2003). En effet, pour bien comprendre l'ironie, le lecteur doit avoir un minimum de connaissances quant aux idéologies et théories féministes. Saint-Martin et Gibeau (2012) font le même genre de constat à propos des magazines québécois Nunuche et Nunuche gurlz. À l'aide d'une analyse féministe post-structuraliste, elles posent que l'utilisation de l'hyperbole, de la rhétorique et de la caricature des codes des magazines féminins traditionnels, résulte en une parodie satirique pour critiquer implicitement l'hypersexualisation des jeunes filles, la dépendance à l'égard du sexe opposé et l'obsession de la beauté (Saint-Martin et Gibeau, 2012). Plus loin encore, elles posent que l'exercice qu'entreprennent Nunuche et Nunuche gurlz montre que «la presse féminine est en elle-même la parodie sans original d'un féminin préfabriqué» (Saint-Martin et Gibeau, 2012, p.26).

2.1.2 Réseaux sociaux et relations interpersonnelles

L'usage des médias sociaux est désormais établi dans les habitudes des Québécois et doit être considéré comme source de socialisation importante. En effet, l'enquête NETtendance 2013 (CEFRIO et BIP, 2013) a relevé plusieurs tendances concernant les réseaux sociaux et leur utilisation. À l'aide de deux collectes de données effectuées par des interrogations téléphoniques omnibus, 1000 adultes québécois ont été sondés. Les résultats révèlent que 94,4% des internautes de 18 à 34 ans utilisaient les médias sociaux en 2012, sans compter qu'une stagnation du nombre d'utilisateurs depuis peut être expliquée par une augmentation du nombre de plates-formes, de même qu'une saturation du marché (CEFRIO et BIP, 2013). Ceci dit, Facebook© est le réseau le plus populaire, fréquenté par 59,6% des internautes, pour une durée active de 6h par semaine (CEFRIO et BIP, 2013). Toujours selon cette étude, Facebook© serait surtout plus populaire auprès des adultes de 18 à 34 ans, même qu'elle en serait une activité régulière, ses utilisateurs y ayant recours au moins une fois par semaine (CEFRIO et BIP, 2013). Les réseaux sociaux sont donc un élément à explorer, dû à leur place considérable dans la culture populaire, mais aussi parce qu'ils reflètent le lien entre la fiction proposée par les médias populaires et les relations réelles. Plus précisément, une analyse de données provenant de scripts, bandes-annonces, distributions de films, et profils d'utilisateurs de Twitter©, incluant les dialogues entre eux, souligne qu'un biais de genre se retrouve également dans les conversations des utilisateurs de réseaux sociaux (Garcia et coll., 2013). Les chercheurs ont ainsi vérifié l'existence d'un biais de genre généralisé ; les personnages féminins sont montrés comme plus dépendants des personnages masculins, et ce dans un corpus de 704 bandes-annonces de 493 films contenus dans 2970 partages sur Twitter© (Garcia et coll., 2013). Ils concluent qu'il y a un lien entre les rôles de genre en fiction et en réalité ; les bandes-annonces de films comportant un biais de genre sont plus populaires et les films partagés par les usagers de Twitter© ont un lien avec le

contenu de leurs profils et les patrons d'interactions qu'ils ont avec les autres usagers (Garcia et coll., 2013).

Les réseaux sociaux sont aussi une plate-forme mettant en scène les relations entre ses utilisateurs. Une recherche néozélandaise a analysé Facebook© en tant que système par lequel les amitiés sont renforcées et négociées dans le contexte virtuel (Niland, Lyons, Goodwins, et Hutton, 2015). Des entrevues ont été conduites auprès de 12 groupes d'amis, 26 femmes et 25 hommes âgés de 18 à 25 ans, pour explorer comment ceux-ci conceptualisent et vivent leurs amitiés sur les réseaux sociaux, plus spécifiquement Facebook©. Les auteurs posent que les jeunes adultes, ayant grandi avec les réseaux sociaux, ceux-ci influençant leur conceptualisation de l'amitié, participent à un changement de la signification de celle-ci (Niland et coll., 2015). Les résultats soulèvent que les réseaux sociaux sont utilisés pour se connecter à des amis, mais aussi pour se connecter avec des personnes qui semblent être «*cools*» ou populaires, regarder la vie sociale des autres, exprimer et montrer sa personnalité et ses amis (Niland et coll., 2015). Les auteurs soulèvent que comme les réseaux sociaux viennent brouiller les barrières entre les sphères privées et publiques, certains éléments de l'amitié en sont influencés. En effet, ils donnent l'occasion de s'amuser entre amis, par exemple en s'adonnant à des activités comme potiner sur les autres à propos de leurs profils et amis, mais peuvent aussi amener de nouvelles tensions, causées par le fait de voir des photos d'activités sociales d'amis sans y avoir été invité, par exemple (Niland et coll., 2015).

De plus, une recherche américaine effectuée auprès de 452 étudiants, dont 58% sont des femmes, âgés d'en moyenne 20 ans, démontre que l'exposition à la télévision prédit non seulement le temps passé sur les réseaux sociaux, mais que les comportements adoptés régulièrement par les utilisateurs des réseaux sociaux sont les mêmes que ceux dans les téléréalités, soient le dévoilement de soi et la recherche

d'amitiés superficielles et rapides (Stefanone et coll., 2010). Ces médias brisent une certaine barrière entre la célébrité et le quotidien normal, et posent le concept de transformation de la personne «normale», «ordinaire» en quelqu'un de célèbre (Stefanone et coll., 2010). Plus précisément, les auteurs soulèvent que les réseaux sociaux et la téléréalité ont contribué à un changement massif dans la façon des gens «ordinaires» de percevoir leur rôle dans l'environnement médiatique, ce rôle étant désormais celui de consommateur, mais aussi d'auteur (Stefanone et coll., 2010). De plus, bien que les personnes «ordinaires» n'ont pas de contacts interpersonnels réels avec leurs idoles, ils ont des détails intimes de leurs vies au quotidien, parfois même plus que la vie de leurs amies ou membres de leur famille (Stefanone et coll., 2010). Conséquemment, des comportements sociaux associés aux célébrités comme le dévoilement de soi et les relations d'amitié rapides sont maintenant faits par des «non-célébrités», dans leurs communications personnelles de plus en plus médiatisées (Stefanone et coll., 2010). La recherche d'un nombre élevé d'«amis» ou d'«abonnés» sur les réseaux sociaux reproduit en quelque sorte une recherche de célébrité modelée par les personnages de téléréalité. Les comportements de dévoilement de soi comme le partage de photos en général sont d'ailleurs plus populaires chez les jeunes femmes que les jeunes hommes (Stefanone et coll., 2010).

Dans le même ordre d'idées, les médias sociaux faisant désormais partie de l'environnement social des adolescents et des jeunes adultes, la violence est un élément qui n'y échappe malheureusement pas. Le projet de recherche «Jeunes canadiens dans un monde branché», lancé en 1999 par HabiloMédias© fait le portrait de l'utilisation des technologies numériques par les jeunes Canadiens sur les quinze dernières années (Steeves, 2014). Des consultations ont été menées auprès de dix enseignants, 66 jeunes âgés de 11 à 17 ans ainsi que 21 parents de Calgary, Toronto et Ottawa au sujet de leurs expériences en réseau, entre autres (Steeves, 2014). La section sur les conflits en ligne s'avère particulièrement intéressante dans ce cas-ci,

puisqu'elle révèle que les conflits sur les réseaux sociaux sont sexospécifiques, c'est-à-dire qu'ils se manifestent et se gèrent différemment selon le sexe des participants. Par exemple, les garçons ont plus tendance à révéler avoir fait subir du harcèlement en ligne, tandis que les filles sont plus susceptibles de déclarer qu'elles en ont été victimes. Pour les garçons, les commentaires blessants sont émis dans le but de faire des blagues, par ennui ou parce que leurs amis le font. Du côté des filles, celles-ci révèlent que les commentaires blessants qu'elles font sont causés par la colère, parce qu'elles n'aiment pas une personne, ou en réponse à des commentaires blessants à leur sujet ou au sujet d'une amie (Steeves, 2014). Finalement, il est intéressant de noter que les filles ont plus tendance à dénoncer une situation de harcèlement en ligne que les garçons (Steeves, 2014). Toutefois en règle générale, les adolescents aux prises avec une situation de harcèlement en ligne sont très peu satisfaits des ressources mises à leur disposition pour faire face à ces situations. En effet, les politiques de «zéro tolérance» sont majoritairement un obstacle dans la recherche d'aide, puisque la façon de gérer ces incidents par les enseignants et directions est considérée comme hors de proportions et empire la situation la plupart du temps selon les élèves interrogés : «Les enseignants et la police font partie des dernières personnes à qui les élèves font appel lorsqu'ils sont victimes de harcèlement en ligne» (Steeves, 2014, p.17).

2.2 Relations entre femmes

2.2.1 Amitiés féminines

Précisons qu'il existe peu d'études sur les bienfaits des amitiés féminines ; celles-ci se concentrant davantage sur les conflits, ou sur les enjeux liés à la popularité ou à

l'agressivité relationnelle entre filles. Les recherches survolent donc le sujet, soulignant rapidement que l'affiliation et l'acceptation des autres filles et femmes sont des éléments d'une grande importance dans la construction de l'identité des filles (Crothers, Field et Kolbert, 2005), pour ensuite mettre l'accent sur l'importance de la popularité, et la place de l'agressivité relationnelle. Quoi qu'il en soit, plusieurs bienfaits de l'amitié à l'adolescence se doivent d'être soulevés. En effet, une étude anglaise menée auprès de 409 adolescents âgés de 11 à 19 ans, dont 245 étaient des filles, conclut qu'une seule amitié solidaire (*supportive friendship*) peut faciliter la résilience psychologique chez les adolescents socioéconomiquement vulnérables (Graber, Turner et Madill, 2016). Plusieurs éléments ont été mesurés à l'aide de questionnaires pour ce qui est de la qualité de l'amitié, le soutien social, la résilience et d'autres ressources. Les résultats indiquent une corrélation significative et modérément positive entre la qualité perçue de l'amitié individuelle et la résilience ; les amitiés individuelles les plus proches (meilleur ami) étaient perçues comme satisfaisantes et apportant du soutien. Plus précisément, l'amitié individuelle solidaire (*supportive friendship*) contribue au développement de stratégies d'adaptation constructives (recherche active de solution, de soutien), encourage les efforts et le support d'un réseau d'amis, et réduit l'utilisation de stratégies d'adaptation externalisées et désengagées (réaction passive, évitement, réaction palliative) (Graber et coll., 2016). Des différences quant au genre ont émergé, le soutien du réseau d'amies en particulier facilitant la résilience seulement chez les filles et non chez les garçons, chez lesquels seulement l'amitié individuelle (meilleur ami) la facilite. Les amitiés individuelles chez les filles étaient aussi faiblement reliées à des stratégies d'adaptation désengagées et externalisées et non chez les garçons. Enfin, les auteures concluent que les amitiés individuelles proches sont importantes et sont même un mécanisme de protection accessible à la plupart des adolescents socioéconomiquement défavorisés (Graber et coll., 2016).

Pour ce qui est de l'amitié entre femmes adultes, les études sont un peu plus nombreuses et positives. Précisons que le début de l'âge adulte, situé entre 18 et 25 ans, est une période de subjectivité différente de celle de l'adolescence, car les jeunes adultes ont une pensée plus critique, mais demeurent très influençables dans l'apprentissage de croyances et d'attitudes (Alemán, 2010 ; Behm-Morawitz et Mastro, 2008). Ils sont à une période d'exploration dans leurs relations, leurs choix de carrière et leurs opinions (Arnett, 2000) qui risque d'avoir un impact sur leurs décisions ultérieures et sur leur identité en tant qu'adultes. Le développement d'amitiés authentiques significatives est donc important à ce moment de leur vie. Une étude longitudinale de 1993 à 2003 a été conduite auprès de femmes étudiantes d'un collège américain à l'aide de questionnaires, d'entrevues, et de groupes de discussions. Les répondantes étaient âgées de 18 à 23 ans lors de la première phase de recrutement, puis de 28 à 33 ans lors du dernier recrutement, pour un total de 73 répondantes (Alemán, 2010). Cette étude tente d'explorer et de comprendre la valeur éducative d'amitiés entre femmes, construites pendant leurs années d'études collégiales (Alemán, 2010). L'auteure indique que ces amitiés sont rapportées comme étant un espace pour tester et explorer divers points de vue, développer une image de soi positive face aux questions de genre et d'ethnie, une source de conseils et d'informations, mais surtout une fonction de validation et de support moral (Alemán, 2010). Ces relations se sont construites pendant une période importante du développement cognitif, soit à la fin de l'adolescence et au début de l'âge adulte. L'auteure souligne aussi l'importance de ces relations comme un espace de développement et de consolidation de la personnalité et de l'agentivité (Alemán, 2010). De plus, une étude américaine réalisée auprès de 494 étudiants (76% de femmes) universitaires hétérosexuels âgés de 19 ans rapporte d'autres résultats intéressants qui vont à l'encontre de ce qui est surreprésenté, soit la compétition et la jalousie, dans la culture populaire concernant les relations entre les femmes (McGuire et Leaper, 2016). En effet, plusieurs sphères de l'amitié, ainsi que le niveau de compétition perçu dans les amitiés de même sexe ont été mesurés par un

questionnaire en ligne. Les résultats rapportent que les femmes, comparativement aux hommes, seraient en moyenne moins compétitives dans tous les domaines concernant l'amitié, soit les relations avec les pairs, les relations amoureuses, le rendement académique et le sport (McGuire et Leaper, 2016). Toutefois, la différence majeure observée entre les sexes est que les femmes rapportaient davantage de détresse causée par la compétition entre amies que les hommes (McGuire et Leaper, 2016). De plus, selon cette même étude, les femmes seraient davantage portées à s'engager dans des stratégies d'adaptation et de communication lorsqu'il y a présence de compétition entre amies. Les auteurs posent que pour les femmes, les pressions sociales d'adhésion au rôle de genre favorisent ici davantage une collaboration et des comportements prosociaux (McGuire et Leaper, 2016). Enfin, bien que les relations féminines en général sont peu présentes dans la culture populaire, ou lorsqu'elles sont présentes, elles sont représentées comme hypocrites, malsaines ou empreintes de violence (Agarwal et coll., 2015; Behm-Morawitz et Mastro, 2008; De Bruyn et Cillessen, 2006), les amitiés entre femmes seraient tout de même un élément important dans la vie de celles-ci, leur apportant, entre autres, estime personnelle et support social (Alemán, 2010; McGuire et Leaper, 2016).

2.2.2 Popularité chez les filles et les femmes

Les adolescents et adolescentes cherchent de l'assurance et surtout à faire partie du groupe et construisent leur identité autour de ce qui leur est présenté dans la culture ambiante, les médias populaires, la famille et les pairs (Pelletier-Dumas, 2011 ; Wiliams, 2006). La popularité correspond d'un côté au fait d'avoir beaucoup d'amis, posséder de bonnes habiletés sociales, et de l'autre, de jouir d'une visibilité sociale, de prestige, et d'une domination sociale importante (De Bruyn et Cillessen, 2006).

Une étude canadienne (Goulet, Cantin, Archambault et Vitaro, 2015) soulève d'ailleurs que le niveau de popularité chez les adolescents joue un rôle modérateur sur le désengagement scolaire, plus précisément la tendance à émettre des comportements perturbateurs en classe, accorder moins d'importance à la réussite académique. Le fait d'avoir des amis fortement désengagés sur le plan scolaire est associé à une hausse de désengagement scolaire, mais uniquement chez les élèves perçus comme étant populaires au sein du groupe de pairs (Goulet et coll., 2015). D'ailleurs, les adolescents ayant des relations plus «extrêmes» avec leurs pairs, considérés comme les «populaires», agressifs, mais aussi les «rejetés» sont ceux qui ont les plus grandes difficultés scolaires (Hernandez et coll., 2012). De même, la popularité tient un rôle de taille dans les relations entre filles, en lien avec l'approbation des pairs, qui est un élément d'une grande importance à l'adolescence (Pelletier-Dumas, 2011). Effectivement, l'importance de l'adhésion à un groupe amène la recherche de statut par la popularité et motive l'adoption des attitudes et comportements du groupe de pairs ou des médias (Pelletier-Dumas, 2011). Fait intéressant, les études se penchant sur le thème de la popularité abordent nécessairement celui de l'agressivité relationnelle lorsqu'il est question des relations entre filles.

Ainsi, une recherche menée aux Pays-Bas auprès de 354 adolescents âgés de 14 à 15 ans a investigué le lien entre plusieurs variables concernant la popularité à l'adolescence (De Bruyn et coll., 2012). À l'aide de résultats de questionnaires auto rapportés, de nomination de pairs ainsi que d'entrevues, les analyses ont dégagé plusieurs corrélations significatives entre certaines variables. Adoptant une perspective évolutionniste, les auteurs amènent l'hypothèse que la popularité et l'agressivité, physique pour les garçons et relationnelle pour les filles, auraient un rôle dans la compétition sexuelle, c'est-à-dire la compétition pour trouver un partenaire à des fins de reproduction (De Bruyn, et coll., 2012). Selon les résultats, le statut social est associé avec la domination, le prestige, la réputation et la popularité

perçue (De Bruyn et coll., 2012). De plus, les adolescents ayant un haut statut social, donc une popularité plus élevée, sont plus sexuellement actifs que ceux avec un statut moins élevé, ont tendance à être attirants, à la mode, athlétiques, et manifestent plus de comportements agressifs, relationnels pour les filles et physiques pour les garçons (De Bruyn et coll., 2012). Toutefois, une perspective évolutionniste est réductrice, car elle ne permet pas de comprendre l'apport du contexte social dans le phénomène de la popularité et contribue à une naturalisation de comportements sociaux.

Dans le même ordre d'idées plus spécifiquement chez les filles, selon une étude menée auprès de 365 filles âgées en moyenne de 13 ans, le gain de popularité se fait par un consensus social selon lequel les filles sont considérées comme populaires par leur visibilité, par le fait qu'elles sont à la mode ou par leurs compétences sociales (De Bruyn et Cillessen, 2006). Deux catégories de filles populaires figureraient au sein des relations féminines, selon qu'elles sont engagées ou désengagées académiquement. Les filles populaires engagées (qui se comportent bien en classe et n'ayant pas de difficultés académiques), seraient celles considérées à la fois comme à la mode et gentilles avec les autres, donc socialement compétentes, tandis que les filles populaires désengagées (ayant des comportements perturbateurs en classe), seraient considérées comme à la mode, mais méchantes (De Bruyn et Cillessen, 2006). De Bruyn et Cillessen (2006) avancent que ces dernières acquerraient de la visibilité par le fait de transgresser les normes de genre implicites voulant que les filles soient gentilles, douces et académiquement engagées. Le fait d'être perçues comme méchantes par les autres filles tiendrait du recours à des comportements machiavéliques pour arriver à leurs fins (De Bruyn et Cillessen, 2006). Ces comportements sont une combinaison d'attitudes prosociales comme le charme pour gagner la sympathie, et coercitives comme la violence relationnelle, pour obtenir les ressources désirées (Currie et coll., 2007; De Bruyn et Cillessen, 2006; Waldron 2011). Le pouvoir acquis par la réussite sociale est donc très important, peu importe

les moyens utilisés pour l'obtenir. Les enjeux pour lesquels cette violence est orchestrée seraient, entre autres, les gains de popularité et d'agentivité, et l'obtention de l'attention du sexe opposé (Currie et coll., 2007; De Bruyn et Cillessen, 2006; Waldron, 2011).

Une étude réalisée en Angleterre associe popularité, intimidation et pouvoir social chez les filles (Duncan et Owen, 2011). L'échantillon composé de 28 filles âgées de 14 à 16 ans provenait de deux écoles très différentes ; une située en banlieue, considérée comme socioéconomiquement favorisée, très sélective et exclusivement pour filles ; l'autre, mixte, située dans une zone socioéconomiquement défavorisée, où les comportements des élèves sont considérés comme problématiques. À l'aide de discussions de groupes sur la popularité chez les filles, plusieurs caractéristiques y ont été associées, et ce dans un ordre particulier d'importance, allant de populaire, neutre, à non populaire (Duncan et Owen, 2011). Les filles populaires ont été décrites comme : vraiment belles; à la mode; populaires auprès des garçons; extraverties; ayant beaucoup d'amies; se maquillant ou se coiffant d'une certaine façon; minces; sortant avec des garçons plus vieux. Les filles non populaires ont été décrites comme : lesbiennes; très silencieuses; se comportant bien à l'école; aimées des enseignants; assez grosses; manquant l'école; ayant des besoins particuliers; étant croyantes (Duncan et Owen, 2011). Le fait de nommer les caractéristiques de filles populaires, considérées comme valables, estimées et ayant du pouvoir, pose en conséquence celles de filles non populaires, considérées comme sans valeur, non respectées et vulnérables (Duncan et Owen, 2011). Enfin, les auteurs soulèvent que la popularité est largement basée sur l'attractivité hétérosexuelle, combinée à une légère rébellion face à l'école. La similarité entre les résultats rapportés dans les deux écoles malgré les différences importantes de celles-ci, pointe l'hétéronormativité comme principe sur lequel s'organise la construction de la popularité. Les auteurs concluent

que de comprendre l'aspect genré de l'intimidation à l'école aide à mieux comprendre le processus de compétition entre filles pour la popularité (Duncan et Owen, 2011).

De même, une étude canadienne sur le «Girl Power» étudiant le processus d'*empowerment* des filles à l'école a soulevé l'agressivité interpersonnelle comme catégorie émergente, ce qui a mené à une exploration de l'association entre la méchanceté des filles dites populaires pour comprendre le pouvoir social de l'agressivité relationnelle (Currie et coll., 2007). Les auteures posent que le pouvoir est l'élément commun entre la popularité et la méchanceté, dans la culture hiérarchique de l'école secondaire. Plus précisément, les données provenant de l'analyse de discours d'entrevues menées auprès de 28 filles âgées de 13 à 16 ans de plusieurs écoles de Vancouver au sujet de la vie quotidienne des filles à l'école relèvent une emphase mise sur la méchanceté des filles populaires dans le discours des filles interrogées (Currie et coll., 2007). L'agressivité relationnelle est utilisée comme exercice de pouvoir qui régularise le réseau social ; elle délimite les réseaux d'amies et maintient les barrières entre les filles à l'aide de moqueries, insultes, commérage, rumeurs, et du traitement silencieux. La popularité est donc associée au fait d'être méchante ; les filles populaires sont enviées parce qu'elles sont définies comme «les filles avec du pouvoir», mais elles sont décrites comme n'étant pas appréciées par leurs pairs. Currie et ses collègues (2007) soulèvent que la dimension socioculturelle de l'agressivité relationnelle est claire dans le cas des filles considérées comme populaires puisqu'être membre d'un groupe produit l'identité sociale des filles. Être méchante pour montrer son affiliation à un groupe et se définir est donc un phénomène social plutôt qu'individuel. La méchanceté opère dans un contexte qui met l'emphase encore une fois sur la féminité ; la popularité serait accordée à celles qui comprennent les règles non écrites de la féminité considérées acceptables, comme le fait de correspondre à une certaine image (belle, mince) et de fréquenter les bonnes personnes, surtout de recevoir de l'attention des garçons (Currie

et coll., 2007). Cette féminité doit toutefois être négociée en fonction du double standard omniprésent dans notre société ; être belle sans être absorbée par son apparence ; être sexuellement attirante, sans être sexuellement entreprenante, fréquenter les bonnes personnes sans être arriviste; être indépendante, mais pas solitaire (Currie et coll., 2007). Basée sur l'évaluation des autres, accomplir cette forme de féminité implique une présentation de soi et du corps qui est sous constante observation par les pairs, mais aussi par les adultes. Ce faisant, les filles entre elles s'engagent dans une surveillance de soi et des autres qui se manifeste par le fait de s'identifier aux dernières tendances, parler du poids de l'une et l'autre, et surveiller les réactions des garçons face à leur présentation de soi sexualisée (Currie et coll., 2007). En somme, les auteures précisent que le rôle de l'agressivité dans les relations entre filles est vraiment complexe et doit être considéré comme constitutif de la culture dominante et non mal adaptée à celle-ci. Le comportement agressif des filles témoigne de la façon dont l'agentivité adolescente est marquée par une hiérarchisation hétérosexiste et une compétition sexuelle. En l'absence de possibilité d'acquisition de pouvoir politique ou économique dans les écoles, seul le pouvoir de se créer un statut par rapport aux pairs est accessible pour les filles adolescentes (Currie et coll., 2007).

Pour ce qui est de la popularité chez les femmes adultes, une étude de Lansu et Cillenssen (2012), auprès de 235 étudiants de 18 à 25 ans, dont 206 étaient des femmes, suggère que la recherche de statut, ou de popularité chez les adultes émergents est similaire que celle chez les adolescents, dans la mesure où elle est liée à un mélange de comportements prosociaux et agressifs. De plus, les adultes émergents sont plus susceptibles de prioriser un avancement de statut, avant les relations amoureuses ou l'adhésion aux règlements, que le sont les adolescents (Lansu et Cillenssen, 2012). Finalement, la popularité auprès des pairs ou le statut joue un grand rôle dans les décisions et comportements sociaux des jeunes adultes (Lansu et Cillessen 2012). Ceci étant dit, très peu de littérature se penche sur la place

de la popularité dans les relations entre pairs adultes émergents (Lansu et Cillessen 2012), encore moins en regard des relations entre femmes. Cette lacune dans la littérature scientifique est due principalement à une difficulté d'investiguer sur le sujet à l'extérieur du cadre qu'offre l'école secondaire (Lansu et Cillessen 2012). Pourtant l'importance d'investiguer les relations entre pairs, après leur passage à l'école secondaire, est bien présente, puisque celles-ci ont une incidence sur les relations sur le marché du travail (Lansu et Cillessen 2012).

2.2.3 Agressivité relationnelle et «bitchage» dans les relations féminines

Les relations entre filles et entre femmes sont représentées dans la culture populaire comme empreintes de violence relationnelle, et cette association est aussi présente dans les recherches sur le sujet (Beals, 2014), comme il a été soulevé précédemment. Pour bien comprendre, Crothers et ses collègues (2005) conceptualisent les comportements d'agressivité relationnelle en deux catégories, soit directe ; stratégies de confrontation ayant comme but de faire du tort à l'autre personne de manière interpersonnelle; ou indirecte, comme de l'exclusion sociale implicite, de l'isolement, de l'aliénation, du bavardage contre quelqu'un, le vol d'une amie ou d'un partenaire romantique (Crothers et coll., 2005). Plusieurs recherches utilisant des perspectives variées se penchent sur ce sujet pour mieux comprendre les relations féminines à l'adolescence et à l'âge adulte, voici une revue de quelques-unes d'entre elles.

D'abord, pour ce qui est de l'adolescence, une étude effectuée aux États-Unis auprès de 52 adolescentes âgées en moyenne de 15 ans, dont 70% caucasiennes et 30% non caucasiennes, a mesuré la relation entre l'identification au rôle de genre et l'usage de comportements d'agressivité relationnelle (Crothers et coll., 2005). Les auteures

amènent l'hypothèse que bien que l'affiliation et l'acceptation des autres filles et femmes soient des éléments d'une grande importance dans la construction de l'identité des filles, l'usage d'agressivité relationnelle est commun dans les amitiés féminines, amenant un conflit de rôle chez celles-ci (Crothers et coll., 2005). Les données ont été recueillies à l'aide d'entrevues individuelles, de groupe, et d'administration de questionnaires validés, le Relational Aggression Scale ainsi que le Bem Sex-Role Inventory (Crothers et coll., 2005). Ces deux questionnaires comportent des items auto rapportés sur échelle de Likert, le premier par rapport à l'usage d'agressivité relationnelle pour afficher du pouvoir et résoudre des conflits interpersonnels, le deuxième par rapport à l'auto-identification sur des descriptions catégorisées comme typiquement féminines (affection, douceur), typiquement masculines (indépendance, force) ou neutres (jalousie, flexibilité). Les auteurs concluent que l'identification féminine serait un facteur d'agressivité relationnelle. Autrement dit, les filles fortement en accord avec les descriptions typiquement féminines, donc adhérant de manière plus forte au rôle de genre féminin, ont tendance à user de comportements d'agressivité relationnelle pour exprimer leur colère, résoudre un conflit ou établir une relation de pouvoir (Crothers et coll., 2005).

Toujours en regard de l'adolescence, des chercheuses anglaises se sont penchées sur l'analyse de matériel éducatif ayant comme thématique l'intimidation, adressée à l'équipe-école et aux parents d'adolescentes (Bethune et Gonick, 2017). Leur analyse féministe de cinq livres éducatifs contenant des activités, des plans de cours, lignes directrices, documents explicatifs pour parents et professeurs, relève comment le discours de la «meangirl» prend forme dans les pratiques quotidiennes pour comprendre les jeunes filles, le genre et l'intimidation (Bethune et Gonick, 2017). Les résultats soulèvent plusieurs contradictions dans les textes analysés ; d'un côté, on réfère à la «meangirl» comme symbole culturel d'une instabilité sociale face à un changement des normes de féminité ; de l'autre, le traitement du problème est

presque toujours articulé en termes individuels plutôt que sociaux (Bethune et Gonick, 2017). Les auteures expliquent cette contradiction par des valeurs et croyances néolibérales qui mettent l'emphase sur l'individu, ses choix et sa responsabilité personnelle. De plus, bien que l'emphase soit mise sur les choix et la responsabilité individuelle, on explique le phénomène d'intimidation par des concepts essentialistes et biologiques, créant une binarité de genre dans l'agressivité féminine et masculine (Bethune et Gonick, 2017). Concrètement, ce qui est identifié comme de l'intimidation par l'école est ce qui parfois transgresse le comportement normatif et son intersection avec les autres marques identitaires comme la classe et l'origine ethnique (Bethune et Gonick, 2017). En réponse à des situations d'intimidation, il est souvent demandé aux enfants et adolescents le respect de comportements normatifs genrés, par exemple que les filles soient gentilles et douces. Les filles et la culture fille sont donc diffamées, leur expression de l'agressivité pathologisée et la compétition est mise de l'avant comme le seul registre affectif des amitiés et des relations entre filles (Bethune et Gonick, 2017). Elles concluent que cette perspective limite la façon de concevoir les filles et la culture fille ; toutefois ces discours sont acceptés et utilisés dans les écoles comme hégémoniques. Ce faisant, ce discours échoue de prendre en considération la proportion beaucoup plus importante statistiquement des filles qui sont sujettes à des touchers non consentis ou intimidation sexualisée de la part des garçons (Bethune et Gonick, 2017). Les auteurs vont plus loin dans leur critique en avançant que les textes sont uniformes dans leurs représentations des filles et du «girlhood» comme étant une crise, mettant l'emphase sur le danger potentiel des amitiés féminines et de la culture fille ; mettant de l'avant que l'agressivité relationnelle est un prédicteur de pathologies psychologiques et d'un potentiel criminel, créant ainsi une sorte de «panique morale» sur laquelle il faut agir. Les auteurs argumentent que ce cadre vise un public spécifique à un marché profitable ; les parents de filles blanches de la classe moyenne (Bethune et Gonick, 2017). Cette recherche réitère les constats faits précédemment dans une étude qui illustre comment les amitiés et les conflits entre filles sont ancrés dans une culture

hétérosexuelle, raciste et classiste, en explorant les effets du discours de l'intimidation sur l'intervention à l'école lors de conflits (Ringrose, 2008). Dans une communauté d'une ville d'Angleterre, deux entrevues de groupe de cinq amies et entrevues individuelles «en profondeur» auprès de chacune d'elles, ainsi qu'auprès de la mère d'une des filles chez qui le groupe d'amies se rassemble le plus souvent, ont permit de recueillir des données préliminaires pour ensuite analyser dans une approche critique féministe post-structuraliste, le discours des parents et de l'équipe-école à propos de l'intimidation (Ringrose, 2008). Elle établit que l'invisibilité et la faible compréhension des problématiques auxquelles font face les adolescentes à l'école sont reliées à la conceptualisation du genre et de l'intimidateur ; autrement dit, les conceptions stéréotypées de la façon de percevoir les filles, l'intimidation et l'intimidatrice, dans la littérature psychologique qui se penche sur l'intimidation à l'école, ratent les significations et le sens des conflits entre filles (Ringrose, 2008). Les résultats démontrent que les employés de l'école et les parents passent à côté de complexités et d'aspects fondamentaux tels que les dynamiques de pouvoir comme le racisme, l'(hétéro)sexisme, et le classisme qui structurent les conflits entre filles, dans leurs pratiques d'intervention en regard de l'intimidation (Ringrose, 2008). Ce faisant, au lieu d'adresser le conflit et d'offrir du soutien, le discours du «bully» anime les sentiments d'anxiété et l'attitude défensive des filles (Ringrose, 2008).

Également, une étude conduite auprès d'adolescentes et de femmes adultes, cette fois-ci, pose que l'agressivité relationnelle («bitching») peut être comprise comme un genre de conversation d'«arrière-scène» à propos de la reproduction à l'avant-scène des normes sociales acceptables pour les femmes (Guendouzi, 2001). Plus précisément, c'est à l'aide d'une analyse de discours de trois groupes de filles et de femmes qu'elle catégorise les types de conversations tenues par celles-ci, lorsqu'elles ont l'occasion de se retrouver entre elles pour parler. Le premier groupe était composé de 3 adolescentes en dernière année de secondaire, le deuxième groupe de 5

enseignantes qui se rencontrent souvent pour diner, et le troisième groupe de 5 mères qui se rencontrent quotidiennement à l'école de leurs enfants (Guendouzi, 2001). Ainsi, 18 enregistrements collectés pendant une période de six mois ont été analysés et classés sous différentes catégories de conversations. Elle établit ainsi le *gossip* comme le fait de se partager les nouvelles, et le *bitching* comme sous-catégorie du *gossip*, désignant le partage de nouvelles de façon négative à propos de quelqu'un, même entre amies (Guendouzi, 2001). Ces conversations sont supportées, d'une part, par le besoin d'acceptation sociale, et d'autre part, par la compétition pour reproduire une image de féminité idéale (Guendouzi, 2001). Elle conclut que ce type de conversation serait donc axé sur le pouvoir, entrainant les participantes à se faire compétition pour du capital social, en contrastant son propre comportement à celui des autres du groupe pour une validation de leur féminité (Guendouzi, 2001) ; autrement dit, rabaisser les autres pour se donner de la valeur.

Pour ce qui est des femmes adultes, McAndrew (2014) fait un état de la question concernant l'agressivité relationnelle entre femmes. Il pose que la médisance (*gossip*) serait plus qu'un simple stéréotype féminin. En effet, il rapporte que les femmes auraient tendance à user davantage d'agressivité relationnelle que les hommes, et ce pendant plus de temps et à propos de personnes proches ou de membres de la famille (McAndrew, 2014). De plus, les femmes seraient plus susceptibles d'user de médisance contre quelqu'un du même sexe et du même âge qu'elles. Il s'agirait en fait d'une stratégie sociale pour se rapprocher des autres, tout en excluant de potentielles compétitrices (McAndrew, 2014). Les sujets principalement abordés pour médire une autre femme, seraient l'apparence physique et la réputation sexuelle (McAndrew, 2014). Ces éléments sont d'ailleurs réitérés par d'autres recherches qui nous aident à mieux comprendre les complexités entourant l'agressivité relationnelle entre femmes.

Une étude ontarienne abordant une perspective évolutionniste pose que l'agressivité relationnelle entre femmes s'explique par la compétition sexuelle pour la recherche d'un partenaire reproductif (Vaillancourt et Sharma, 2011). L'étude auprès de deux échantillons ; un composé de 86 femmes hétérosexuelles universitaires âgées de 19 à 23 ans ; l'autre de 66 femmes universitaires combine plusieurs mesures quantitatives recueillies à partir de jugements d'une cible selon son habillement (Vaillancourt et Sharma, 2011). Les résultats démontrent que presque toutes les participantes réagissent négativement («bitchy») face à une autre femme lorsque celle-ci est habillée de manière «sexuellement provocante», sont moins enclines à vouloir être amies avec elles, ni à la présenter à leur partenaire amoureux (Vaillancourt et Sharma, 2011). Ici, les résultats sont discutés exclusivement en termes de théories évolutionnistes ; les auteures posent que les femmes se sentent menacées par, désapprouvent, et punissent les femmes qui ont l'air, ou qui agissent avec plus de «promiscuité sexuelle», puisqu'elles sont en «constante compétition» pour initier et maintenir une relation à long terme avec un partenaire reproductif (Vaillancourt et Sharma, 2011). Elles concluent que cette compétition se manifeste par de l'agressivité relationnelle indirecte, et elle serait plus élevée à l'adolescence et au début de l'âge adulte, parce que le potentiel de fertilité des femmes en est à son apogée (Vaillancourt et Sharma, 2011 ; Vaillancourt, 2013). Bien que ces résultats soient intéressants, l'étude néglige de prendre en compte le contexte social ni les normes en regard du genre, qui pourtant semblent avoir un poids important dans les dynamiques d'agressivité relationnelle entre femmes.

En effet, une étude italienne conduite auprès de 36 participants dont 19 femmes, âgés en moyenne de 23 ans, pose que le niveau d'empathie à l'endroit d'une personne dans une situation de rejet social, est modulé par le niveau d'objectivation sexuelle de la victime (Cogoni, Carnaghi et Silani, 2018). Plus précisément, des mesures neurologiques et comportementales ont été prises pendant une tâche d'induction de

rejet social, ainsi que d'autres autorapportées par des questionnaires mesurant l'empathie et les attitudes envers les femmes en général. Le critère d'objectivation sexuelle était induit par l'habillement de la cible; un ensemble mettant en valeur les attributs sexuels comme les seins et les hanches (robe courte ajustée) pour la femme objectivée et un ensemble neutre (chandail et pantalons), pour la femme personnalisée (Cogoni et coll., 2018). Les résultats rapportent une réduction de la réponse empathique lorsque témoin de détresse sociale d'une femme sexuellement objectivée, comparativement à une femme «personnalisée» (Cogoni et coll., 2018). Autrement dit, l'évaluation de la cible, lorsque sexuellement objectivée, est principalement influencée par son apparence physique et un déni concomitant de sa capacité d'action et de décision; la femme objectivée est jugée comme moins morale, moins humaine et moins agentive en comparaison à la femme non sexuellement objectivée (Cogoni et coll., 2018). Les auteures soulèvent que l'échec de montrer de l'empathie envers une cible sexuellement objectivée autant au niveau neurologique que comportemental peut indiquer un mécanisme derrière les motivations de comportements violents basés sur le genre. De plus, il n'y avait pas de différence significative entre les participants hommes et femmes témoins (Cogoni et coll., 2018). Ici, les auteures expliquent ce résultat par le fait que les femmes et les hommes sont exposés aux mêmes structures sociales et donc partagent des croyances et attitudes similaires à propos des femmes et des hommes (Cogoni et coll., 2018).

Pour ce qui est des effets de l'agressivité relationnelle, la grande majorité des recherches à ce sujet a été conduite auprès d'enfants et d'adolescents, donc peu d'information est disponible sur les conséquences des expériences d'agressivité relationnelle vécues au début de l'âge adulte (Holterman et coll., 2016). En effet, la victimisation relationnelle dans cette période de changements sociaux peut atteindre les jeunes adultes au niveau du support des pairs, les mettant à risque pour des symptômes de dépression (Holterman et coll., 2016). Dans cette étude américaine,

plusieurs mesures recueillies auprès de 247 jeunes adultes âgés de 18 à 23 ans, dont 74% étaient des femmes, ont donc permis de déterminer si l'expérience de victimisation est associée à des symptômes dépressifs et si cette association est modérée par le système nerveux sympathique et parasympathique en réaction au stress de types social et non social. À l'aide d'entrevues relatant une expérience stressante de victimisation relationnelle, de mesures autorapportées au sujet de la victimisation et des symptômes dépressifs, des mesures de stress et de réactivité physiologique, les résultats démontrent que la victimisation relationnelle est corrélée avec des symptômes de dépression. Cette relation est toutefois modérée par la réaction au stress, qui amène des stratégies d'adaptation plus ou moins efficaces (Holterman et coll., 2016). Plus précisément, une personne qui s'adapte moins bien au stress induit par une victimisation relationnelle risque davantage d'éprouver des symptômes de dépression qu'une personne qui s'adapte mieux au même stress (Holterman et coll., 2016). Dans le même ordre d'idées, d'après une autre étude américaine (Hamilton, Newman, Delville et Delville, 2008), la victimisation entre pairs sous la forme d'intimidation est un stress social chronique et est associée à plusieurs désordres psychologiques comme l'anxiété, la dépression, et même le trouble du choc post-traumatique. Des hommes et femmes adultes, ayant un historique de victimisation, ont été comparés à d'autres sans historique, pour un total de 93 participants, dont 53 femmes, âgés de 19 ans (Hamilton et coll., 2008). À l'aide de questionnaires, mesures physiologiques et une tâche d'induction de stress social, les résultats ont démontré une absence de différence significative dans les mesures physiologiques entre les femmes ayant un historique de victimisation et celles n'ayant pas d'historique, comparativement aux hommes. Les auteurs posent que les femmes supporteraient mieux le stress social, au niveau physiologique, que les hommes, grâce à une stratégie d'adaptation plus saine. Plus précisément, quand elles font l'expérience d'un manque de positif dans leurs relations, elles vont s'efforcer de s'en créer de nouvelles et recherchent du support social (Hamilton et coll., 2008). Les auteurs concluent que d'un côté, les effets négatifs se voient peut-être plus au niveau

psychologique que physiologique pour les femmes, mais aussi il se pourrait qu'elles soient plus résilientes au stress social qu'amène l'agressivité relationnelle grâce à cette stratégie spécifiquement féminine (Hamilton et coll., 2008).

Puis, une étude anglaise s'est intéressée à la violence relationnelle entre femmes, plus âgées cette fois, à travers l'analyse d'entrevues semi-dirigées menée auprès de 81 femmes âgées de 33 à 67 ans de l'élite organisationnelle d'Angleterre, c'est-à-dire qu'elles occupaient une position de direction ou d'influence très importante (Mavin et coll., 2014). Pour ce qui est de leur origine culturelle, 73 sont caucasiennes, deux sont non caucasiennes et six n'ont pas précisé cette information. Ces femmes ont toutes fait le récit de leurs expériences avec d'autres femmes en milieu de travail, en abordant les thèmes d'historique de vie, de carrière, du processus d'ascension dans l'élite en tant que femmes, incluant les amitiés, la compétition, la coopération et l'ambition (Mavin et coll., 2014). Les expériences décrites par les participantes comptent des jugements, rabaissements et exclusions. Selon leurs résultats, ces comportements étaient émis en réaction à comment les autres femmes interprétaient leurs façons d'exprimer leur genre, par exemple être jugée trop belle, trop jeune, ou habillée de façon inappropriée (Mavin et coll., 2014). Les auteures avancent que les constructions sociales à propos du genre apprises à un jeune âge continuent d'avoir une influence importante dans le milieu de travail. Elles concluent que de vivre dans une société patriarcale forme les relations entre femmes et la façon dont elles se voient elles-mêmes et leurs relations ; les relations entre femmes, tout comme les relations hommes-femmes, prennent place dans un contexte genré et non à l'extérieur de celui-ci (Mavin et coll., 2014). Ceci dit, puisqu'elles occupent des positions dites «masculines», le contexte genré des organisations aide à expliquer les relations négatives entre femmes, parce qu'il a comme conséquence que les femmes, autant que les hommes, tiennent les femmes responsables de remplir des attentes normées (Mavin et coll., 2014). Concrètement, les femmes doivent montrer à la fois des

qualités typiquement féminines comme l'empathie, la douceur (*doing gender well*), tout en démontrant des qualités typiquement masculines comme la compétition et l'ambition (*doing gender differently*) (Mavin et coll., 2014).

Finalement, dans son livre *Woman's inhumanity to woman,* Chesler (2009) analyse l'agressivité relationnelle entre femmes sous de multiples angles, passant par l'histoire, la psychologie, l'anthropologie, la sociologie, le droit, l'économie et les études féministes. S'appuyant sur de nombreuses recherches, cet ouvrage analyse la relation sororale et celle entre mère et fille ; l'agressivité relationnelle entre adolescentes et celle entre femmes en milieu de travail. Son constat est que les femmes, ayant grandi dans une société patriarcale et sexiste, tout comme les hommes, ont des croyances sexistes internalisées par rapport aux autres femmes (Chesler, 2009). Conséquemment, les filles et les femmes apprennent à agir de façon à respecter les normes de genre qui leur sont imposées, par exemple exprimer une frustration de façon indirecte et non directement ou physiquement, comportement attribué aux hommes et à la masculinité (Chesler, 2009).

2.3 Synthèse de la revue de littérature

Cette revue de littérature nous indique que plusieurs éléments sont à prendre en considération pour bien comprendre les relations entre les jeunes femmes. En effet, la culture populaire doit être présente dans l'équation, car elle fournit des modèles sociaux à travers les représentations stéréotypées des femmes et de leurs relations. Il a d'ailleurs été soulevé que les représentations médiatiques des filles, des femmes et des relations offrent des représentations qui sont stéréotypées et sexualisées, imposant aux femmes des standards difficilement atteignables d'une part (Marquis, 2014 ;

Aubrey et Frisby, 2011), et contradictoires en ce qui concerne la féminité, la sexualité et l'agentivité des femmes d'autre part (Bae, 2011 ; Bay-Cheng, 2015 ; Currie et coll., 2007 ; Lamb et Peterson, 2012 ; Lang, 2011 ; Lebreton, 2009 ; McRobbie et coll., 2009). De plus, ces représentations ont un impact sur les attitudes et les croyances quant aux femmes et leurs relations (Behm-Morawitz et Mastro, 2008). À cela s'ajoute la présence des réseaux sociaux dans la vie des adolescents et jeunes adultes, qui touche de plusieurs manières l'amitié, la popularité et l'agressivité relationnelle dans les relations (CEFRIO et BIP, 2013 ; Garcia et coll., 2015 ; Niland, et coll., 2015 ; Steeves, 2014 ; Stefanone et coll., 2010).

Malgré ces représentations, le vécu des relations féminines à l'adolescence et à l'âge adulte est beaucoup plus complexe que ce que laisse croire la culture populaire. Effectivement, les recherches au sujet des amitiés féminines à l'adolescence stipulent que l'affiliation et l'acceptation des autres filles sont d'une grande importance dans la construction de l'identité de celles-ci (Crothers et coll., 2005), et que le fait d'avoir au moins une amitié individuelle solidaire («supportive friendship») contribue au développement de la résilience psychologique chez les filles (Graber et coll., 2016). Plus tard, l'amitié entre femmes à l'âge adulte apporte un espace d'apprentissage et d'exploration de différents points de vue, de développement d'une image de soi positive, de validation et de support moral (Alemán, 2010). Bien qu'il y ait moins de compétition dans les amitiés entre femmes qu'entre hommes, celles-ci rapportent vivre beaucoup plus de détresse que les hommes lorsqu'il y en a, mais sont davantage portées à s'engager dans des stratégies d'adaptation et de communication (McGuire et Leaper, 2016). Pour ce qui est de la popularité, la littérature est assez riche en ce qui a trait aux relations entre adolescentes. On y voit plusieurs associations entre statut social, pouvoir, agressivité relationnelle, et normes de genre (De Bruyn et Cillessen, 2006 ; Duncan et Owen, 2011). Une emphase est mise sur les caractéristiques à posséder pour être populaire, caractéristiques hiérarchisées basées

sur l'apparence physique et l'attractivité hétérosexuelle (Duncan et Owen, 2011). De plus, les gains de popularité, de pouvoir et d'attention de la part des garçons sont liés à l'agressivité relationnelle (Behm-Morawitz et Mastro, 2008; Currie et coll., 2007; De Bruyn et Cillessen, 2006; Waldron, 2011). La popularité est donc associée, chez les filles, au fait d'être «méchantes» et dépréciées par leurs pairs, mais enviées parce qu'elles sont «les filles avec du pouvoir» (Currie et coll., 2007). Toutefois, peu de littérature se penche sur la place de la popularité dans les relations femmes adultes émergentes à cause de la difficulté d'investiguer sur le sujet à l'extérieur du cadre qu'offre l'école secondaire (Lansu et Cillessen 2012). L'agressivité relationnelle, qui englobe l'exclusion sociale implicite, l'isolement, l'aliénation, le bavardage contre quelqu'un, le vol d'une amie ou d'un partenaire romantique (Crothers et coll., 2005) est explorée de plusieurs manières par les recherches. Il a été soulevé que les normes de genre prennent aussi une place particulière dans les sujets de médisance, dans les formes de violence et dans les raisons pour lesquelles celle-ci est utilisée, et ce dans les relations entre filles à l'adolescence et celle entre femmes à l'âge adulte (Crothers, 2005 ; Guendouzi, 2001 ; McAndrew, 2014 ; Sotirin, 2010 ; Vaillancourt, 2013). Ces comportements sont toutefois essentialisés et naturalisés dans le discours de la culture populaire, scientifique et éducative (Bethune et Gonick, 2017 ; Ringrose, 2008 ; Ringrose et Renold, 2010). Enfin, on constate que les femmes et les hommes sont exposés aux mêmes structures sociales et donc partagent des croyances et attitudes similaires à propos des femmes et des hommes et apprennent à agir de façon à respecter les normes de genre qui leur sont imposées (Chesler, 2009 ; Cogoni et coll., 2018 ; Glick et Fiske, 2001 ; Mavin et coll., 2014). On soulève que l'agressivité relationnelle entre femmes produit aussi de la colère, de la frustration, diminue le sentiment de bien-être et atteint ultimement l'énergie globale de la personne visée (Mavin et coll., 2014). La victimisation relationnelle est aussi positivement liée à des symptômes de dépression, corrélation modérée par la réaction au stress et les stratégies d'adaptation à celui-ci (Holterman et coll., 2016). De l'autre côté, on soulève que le niveau d'empathie à l'endroit d'une personne dans une situation de

rejet social est modulé par le niveau d'objectivation sexuelle de la victime (Cogoni et coll., 2018). Il est aussi démontré que l'agressivité relationnelle entre femmes à l'âge adulte a encore un lien avec des normes genrées et la façon dont les femmes négocient leur sexualité et agentivité (Mavin et coll., 2014 ; Mavin et Grandy, 2016).

Finalement, les relations entre femmes sont complexes et loin d'être seulement confines à des enjeux d'amitié, de popularité et d'agressivité relationnelle, mais bien un lieu de négociation des normes de genre promues, entre autres, par la culture populaire. En effet, la pression des normes sociales qui poussent les femmes à se conformer à un modèle de féminité «acceptable» semble avoir un rôle important dans leurs interactions, encourageant d'une part la gentillesse et d'autre part, la violence relationnelle ou le «bitchage». Les recherches au sujet des relations féminines faites à partir de mesures physiologiques quantitatives apportent des informations intéressantes et pertinentes à la problématique, par contre ce cadre prend rarement en considération le contexte social ni permet d'explorer l'expérience subjective que font les filles et les femmes de leurs relations entre elles. La revue de littérature a permis de soulever combien les études qualitatives sont riches en ce sens. La recherche proposée offre alors une exploration qualitative des perceptions des jeunes femmes des relations entre femmes présentées dans la culture populaire; du vécu des jeunes femmes quant à leurs relations entre femmes à l'adolescence et à l'âge adulte; de leurs perceptions sur les différences de genre, le tout en regard de l'amitié, de la popularité et de l'agressivité relationnelle («bitchage»). Elle permettra ultimement de mieux comprendre la place de l'amitié, de la popularité et de l'agressivité relationnelle («bitchage») dans les relations entre les femmes âgées de 18 à 25 ans, et ce, dans son contexte social et médiatique.

CHAPITRE III

CADRE CONCEPTUEL

Cette recherche explore les relations entre femmes, plus précisément autour de trois dimensions, soient l'amitié, la popularité, ainsi que l'agressivité relationnelle ou «bitchage», ces concepts seront de fait explicités dans le chapitre. Sera présentée également la théorie des scripts sexuels (Simon et Gagnon, 1986), sur laquelle se base notre recherche. De plus, quelques éléments de l'analyse féministe seront amenés en guise de complément, pour enrichir la compréhension et l'analyse des relations entre femmes. Mais auparavant seront présentés l'objectif de cette étude ainsi que les questions de recherche.

3.1 Objectif principal

À la lumière de ce qui a été soulevé dans le chapitre précédent, l'objectif principal de notre étude est d'explorer les perceptions de jeunes femmes âgées entre 18 et 25 ans sur la place de l'agressivité relationnelle dans les relations entre femmes, et ses liens avec l'amitié et la popularité. Pour répondre à cet objectif, les questions de recherche suivantes orienteront l'analyse des données.

3.1.1 Questions de recherche

- Quelles sont les perceptions des jeunes femmes des relations entre femmes dans la culture populaire, notamment en regard de l'amitié, de la popularité et de l'agressivité relationnelle («bitchage»)?
- Quel est le vécu des jeunes femmes quant à leurs relations entre femmes à l'adolescence et à l'âge adulte, plus précisément en regard de l'amitié, de la popularité et de l'agressivité relationnelle («bitchage») ?
- Quelles sont les perceptions des jeunes femmes sur les différences de genre concernant l'amitié, la popularité et l'agressivité relationnelle («bitchage») ?

3.2 Éléments conceptuels qui orientent l'étude

3.2.1 Amitié

La relation d'amitié en est une particulière puisqu'elle est caractérisée par un haut niveau d'intimité et de liberté (Wiseman, 1986). Le croisement de ces caractéristiques est la source de la fragilité du lien, se distinguant des autres relations sociales plus institutionnalisées comme le mariage ou la relation entre employé et patron (Wiseman, 1986). Le but est donc le partage de plaisir et la préservation de la relation, le maintien de celle-ci dépendant seulement de la motivation et des habiletés des personnes à la maintenir (Wiseman, 1986). Elle est fondée sur l'appréciation de la personnalité de l'autre personne et les attentions que chacun fait pour l'autre. Finalement, la relation d'amitié en est une volontaire, qui génère une culture et une structure propres (Wiseman, 1986). La croyance selon laquelle les amitiés féminines

et masculines sont essentiellement différentes est un stéréotype très répandu (Walker, 1994 ; Rose, 2000). Cela dit, les activités partagées peuvent varier d'une relation à l'autre, selon le genre et le statut socio-économique des personnes (Walker, 1994). De plus, elle n'a pas de fonctions particulières et les règles, rôles, ou tâches ne sont pas clairement définis, ce qui peut entrainer des conflits. Bref, l'aspect volontaire, le haut niveau d'intimité et de liberté des relations d'amitié sont les dimensions qui peuvent rendre celles-ci fortes ou conflictuelles (Wiseman, 1986). Dans le cadre de notre recherche, l'amitié sera un thème exploré à travers des questions qui abordent les perceptions des participantes sur les représentations de l'amitié féminine dans la culture populaire, leur conceptualisation personnelle de l'amitié puis leur vécu avec les filles à l'adolescence et avec les femmes à l'âge adulte.

3.2.2 Popularité

La popularité est opérationnalisée par les sociométristes selon deux critères ; la popularité sociométrique et celle consensuelle. D'abord, la popularité sociométrique requiert le jugement des pairs selon lequel une personne est aimable, a beaucoup d'amis et possède de bonnes habiletés sociales (De Bruyn et Cillessen, 2006). La popularité consensuelle, pour sa part, est accordée selon un consensus des pairs déterminant qu'une personne jouit d'une visibilité sociale, de prestige, et d'une domination sociale importante (De Bruyn, et Cillessen, 2006). Ce sont ces deux critères qui seront explorés dans la présente recherche, à travers des questions qui abordent les perceptions des participantes sur le sujet en général et leur vécu. Ainsi, en posant des questions sur leurs perceptions des représentations de la popularité dans la culture populaire, leur conceptualisation personnelle de la popularité, puis les caractéristiques des filles populaires de leur entourage à l'adolescence et à l'âge

adulte, il sera possible d'explorer le type et la place de la popularité dans les relations entre femmes. Ces concepts permettent ultimement de mieux dresser un portrait des relations entre femmes.

3.2.3 Agressivité relationnelle ou «bitchage»

L'agressivité relationnelle comprend des comportements agressifs indirects comme l'évitement, l'exclusion, la manipulation, le fait de ne pas tenir compte de l'autre, le commérage, faire circuler de fausses rumeurs, ou le dévoilement des secrets d'une autre personne (Agence de Santé publique du Canada, 2006 ; Goldberg, 2009). D'un autre côté, Crothers et ses collègues (2005) conceptualisent les comportements d'agressivité relationnelle en deux catégories, soit indirecte et directe. D'abord, les comportements directs comportent des stratégies de confrontation ayant comme but de faire du tort à l'autre personne de manière interpersonnelle, ce qui inclut le fait d'ignorer quelqu'un ou l'éviter, de menacer de mettre un terme au soutien émotionnel ou à la relation d'amitié, d'exclure explicitement quelqu'un d'un groupe. Tandis que l'agressivité relationnelle indirecte se manifeste comme de l'exclusion sociale implicite, de l'isolement, de l'aliénation, du bavardage contre quelqu'un, le vol d'une amie ou d'un partenaire romantique (Crothers et coll., 2005). Ces comportements peuvent être attribuables au phénomène plus général de l'intimidation. Cette dernière résulte d'un abus de pouvoir, référant à un comportement qui, intentionnel ou non, a pour effet de blesser, nuire, isoler, menacer, contrôler ou punir, causant de la détresse chez celui qui en est victime (Goldberg, 2009 ; Tel-Jeunes, 2012). Selon McAndrew (2014), les différences sémantiques entre les termes d'agressivité relationnelle, d'agressivité sociale, ou d'agressivité indirecte chez les filles et les femmes n'auraient pas vraiment d'importance, celles-ci impliquant toutes plusieurs

comportements qui tournent autour du potinage et de l'exclusion (McAndrew, 2014). Sur ce, les écrits utilisent plusieurs autres termes désignant des comportements d'agressivité relationnelle chez les filles et les femmes en particulier. Par exemple, certaines définissent comme «micro-agressions» des insultes subtiles, verbales, non verbales, ou visuelles, souvent automatiques ou même inconscientes, exprimées face à des groupes marginalisés (Mavin et coll., 2014 ; Mavin et Grandy, 2016). Celles-ci sont invisibles, c'est-à-dire que les gens ne se rendent habituellement pas compte du tort qu'ils font à l'autre personne lorsqu'ils s'engagent dans ce genre de comportements, qui produisent de la colère, de la frustration, diminuent le sentiment de bien-être et atteignent ultimement l'énergie globale de la personne visée (Mavin et coll., 2014 ; Mavin et Grandy, 2016). McAndrew (2014), parle de *gossip* comme une forme de conversation qui serait négative à propos des autres femmes. Guendouzi (2001), quant à elle, définit *bitching* comme une forme de conversation négative typique des femmes, sous-groupe au *gossip* qui lui, serait neutre (Guendouzi, 2001). Dans le cadre de notre recherche, le terme «bitchage» sera employé à cause de son utilisation populaire au Québec, et parce que les médias populaires québécois qui se sont penchés sur le sujet et qui ont conséquemment nourri le discours populaire, ont eu recours au même terme pour définir l'agressivité relationnelle chez les filles et les femmes (Charest-Sigouin, 2014 ; Destouches, 2014 ; Dompierre, 2017 ; Roy, 2015 ; Roy et Laurencelle, 2015 ; Saint-Laurent, 2011 ; Samson, 2009). C'est à travers des questions qui abordent les perceptions des participantes sur le sujet en général et leur vécu que les caractéristiques de l'agressivité relationnelle («bitchage») pourront être relevées puis analysées pour mieux comprendre sa place dans les relations entre femmes.

3.3 Approche et théorie utilisées

3.3.1 Approche féministe

Dans le chapitre précédent a été introduit le terme de «nouveau féminisme» ou féminisme de «troisième vague», conceptualisé de plusieurs manières par plusieurs auteures féministes, d'un côté comme étant jeune et averti par rapport à la culture populaire, utilisant des techniques de rhétorique et la réappropriation de termes péjoratifs utilisés contre les femmes comme symbole d'*empowerment* (Attwood, 2007 ; Bailey, 2003 ; Saint-Martin et Gibeau, 2012 ; Vesey, 2016). D'un autre côté, il est considéré comme une mascarade, puisqu'il prend forme dans un contexte «post-féministe» et néolibéral, rendant difficile la distinction entre le discours féministe revendicateur et le slogan vendeur (Bae, 2011 ; Lebreton, 2009; McRobbie et coll., 2009 ; Lamb et Peterson, 2012). Ceci dit, une recherche qualitative se doit de présenter les suppositions et la position épistémologique qui la sous-tendent de façon claire et explicite (Braun et Clarke, 2006). La typologie des vagues est bien souvent utilisée pour parler du mouvement féministe à travers l'histoire, par contre il n'est pas avantageux de considérer celle-ci, puisque de parler en termes de vagues «réduit, dévalorise et évacue la complexité ainsi que la diversité des idées qui parcourent l'histoire et l'actualité du mouvement féministe» (Blais et coll., 2007, p. 144). Des concepts et des positions épistémologiques semblent irréconciliables, pourtant un éclectisme théorique est nécessaire puisque c'est à l'intérieur de, et à travers plusieurs dimensions du social que des concepts de base mobilisés par la recherche féministe comme le genre, la sexualité et l'hétérosexualité sont construits, demandant alors des modes d'analyse différents (Jackson, 2015). Comme il a été mentionné dans le chapitre précédent, bien des éléments sont à considérer pour penser les relations féminines en regard de l'amitié, de la popularité et de l'agressivité relationnelle

(«bitchage»), puisque ces dimensions sont traversées par des discours sur les filles, les femmes, la féminité, et le pouvoir. Dans la prochaine section seront donc présentées différentes théories et concepts éclectiques féministes qui ont émergé au fil du temps et des courants, qui permettront de discuter des dimensions de l'amitié, de la popularité et de l'agressivité relationnelle.

D'abord, une perspective féministe permet d'analyser un phénomène, dans le cas de notre recherche les relations féminines, en positionnant les femmes comme sujet, tout en considérant l'idéologie dominante dans lequel il s'installe (Beattie, 1987, p.134) :

> Il nous faut au préalable adhérer à la théorie féministe du patriarcat, c'est-à-dire voir le statut subordonné de la femme dans la société, observer le champ des différences biologiques, sexuelles et psychologiques entre les hommes et les femmes, observer les diverses théories psychologiques qui ont servi à contrôler les femmes. Il faut noter les différences dans la socialisation, écarts le plus souvent nourris par les stéréotypes.

Comme on peut voir, plusieurs concepts sont mobilisés et imbriqués pour adopter une approche féministe, celle-ci s'appuyant sur la critique et la réflexion quant à la reproduction de la division et la hiérarchisation des sexes, et celles de visions essentialistes et naturalistes prônées par les domaines, idéologies et savoirs dominants (Descarries et Mathieu, 2010). Réflexion constructiviste initiée entre autres par Simone De Beauvoir dans *Le Deuxième Sexe* (1949), introduisant le caractère social et culturel des identités de genre, l'idéologie du genre est définie par Herek (1990) comme l'ensemble de croyances, valeurs, et coutumes autour de la «masculinité» et de la «féminité». On parle aussi de construction sociale des catégories de sexes comme processus par lequel on apprend à être femme ou homme, à partir entre autres de l'apprentissage et de l'intériorisation des définitions et représentations de la masculinité et de la féminité (Descarries et Mathieu, 2010). S'en résultent les stéréotypes sexuels, définis comme des clichés ou des généralisations hâtives au sujet

des femmes et des hommes, présentés comme «allant de soi» puisqu'ils sont alimentés par une distinction biologique qui divise les êtres humains par deux grandes catégories «naturelles», fondamentalement opposées et complémentaires (Descarries et Mathieu, 2010 p.26). Les clichés et généralisations hâtives au sujet des femmes et des hommes sont d'autant plus pertinents à cibler dans une recherche s'intéressant à l'amitié, la popularité et l'agressivité relationnelle entre femmes, puisqu'ils donnent des informations sur les rôles à jouer dans la vie sociale ; élément à considérer dans l'analyse via la lunette féministe constructiviste. De plus, les notions d'apprentissage et d'intériorisation de ces rôles binaires sont aussi intéressantes pour cette recherche, puisque le fait d'aborder les périodes de l'adolescence et l'âge adulte nous renseignera sur la façon dont ces rôles sont négociés à différentes périodes de la vie.

Le «modèle féminin» est donc construit autour de caractéristiques qui touchent l'expressivité, les émotions, les relations, et le comportement «féminin» voué à l'entretien physique et affectif des autres, mais aussi à l'attractivité hétérosexuelle (Descarries et Mathieu, 2010). L'hétéronormativité désigne un ensemble de normes qui considère l'hétérosexualité comme étant l'orientation sexuelle «juste» ou naturelle, qui place l'homosexualité comme lui étant diamétralement opposée ; la domination de l'hétérosexualité agit en tant que structure normative, opère donc inconsciemment ou de façon difficile à identifier (Valocchi, 2005). Dans le même ordre d'idées, l'hétérosexisme réfère à «un système idéologique qui nie, dénigre, stigmatise les formes non hétérosexuelles de comportements, identités, relations ou communautés » [traduction libre] (Herek, 1990 p. 316; Rose, 2000). Il est important de noter que l'hétéronormativité et l'hétérosexisme excluent les autres sexualités (Bastien-Charlebois, 2011), mais gouvernent aussi la vie des personnes incluses dans ses frontières, à l'intersection d'autres formes d'oppression en regard de l'origine ethnique et de la classe par exemple (Jackson, 2015). Il est donc intéressant de se pencher sur la place de l'hétéronormativité et l'hétérosexisme dans les relations entre

femmes puisque comme il a été soulevé dans la revue de littérature, ces systèmes idéologiques traversent les interactions amicales entre femmes ; jouent un rôle sur le statut de popularité d'une femme, ainsi que dans les situations d'agressivité relationnelle («bitchage»). Ces concepts seront clés pour notre analyse puisqu'ils nous aident à contextualiser le vécu des femmes quant à leurs relations avec d'autres femmes.

Plus spécifiquement, il ne fait pas de doute que les relations féminines doivent être explorées à travers cette lunette féministe constructiviste à l'aide de ces concepts, permettant de comprendre l'aspect genré et sexué de celles-ci. Comme il a été soulevé au chapitre de l'état des connaissances, l'amitié, la popularité et l'agressivité relationnelle («bitchage») sont des thèmes récurrents dans la recherche sur les relations féminines, ceux-ci s'entrecroisent de plusieurs manières et sont modulés par le genre et la sexualité. Plus précisément, l'amitié est une des relations les moins institutionnalisées, volontaire, alors il est attendu que la relation dure aussi longtemps qu'elle apporte de la satisfaction (Wiseman, 1986 ; Rose, 2000), pourtant des rôles de genre y sont impliqués puisque l'amitié féminine est considérée comme plus émotionnelle comparativement à l'amitié masculine (Rose, 2000). Il a été soulevé qu'un travail de dévalorisation à travers l'histoire a contribué à rendre tabou ou méfiant le lien féminin, en stigmatisant le lesbianisme (Lampron, 2012 ; O'Connor, 1992 ; Rose, 2000). La popularité est aussi traversée par plusieurs notions impliquant l'acquisition d'un statut, largement basé sur la négociation d'une féminité dite «acceptable», et de l'attractivité hétérosexuelle (Duncan et Owen, 2011). À cela s'ajoute l'agressivité relationnelle («bitchage»), qui peut survenir dans les relations d'amitié par exemple lors d'un conflit, pour exprimer de la colère, ou dans une compétition pour l'acquisition de popularité (Crothers et coll., 2005). Prenant forme bien souvent par de la médisance à propos de l'apparence ou de la réputation sexuelle d'une autre femme, ces conversations amènent les femmes à se juger elles-mêmes et

entre elles, contrastant leurs propres comportements à celui des autres pour une validation de leur féminité, de leur sexualité et de leur agentivité (Guendouzi, 2001 ; Bay-Cheng, 2015).

Enfin, amener une réflexion par rapport aux représentations sociales des femmes et de leurs relations correspond à la visée ultime de transformation des rapports sociaux de sexe qu'entreprend la recherche féministe (Groupe de recherche interdisciplinaire sur les méthodes qualitatives, 1997). De plus, cela permet de considérer l'apport des images traditionnelles présentes dans les médias et les arts et leur contribution aux idéologies discriminatoires (Beattie, 1987). En effet, pour caractériser le comportement et les propos des femmes, il est impératif de comprendre ce que la société attend des femmes (Descarries et Mathieu, 2010). Il est aussi important de prendre en considération au préalable que le discours est construit et situé socialement (Sabourin, 2010). Dans le cadre de cette recherche, l'approche féministe et les concepts mobilisés ci-haut permettront de contextualiser les résultats obtenus à partir de questions posées aux participantes sur la culture populaire et ses représentations des femmes et de leurs relations. Il sera possible de relever les normes de genre, les stéréotypes sexuels et hétérosexistes omniprésents qu'elles perçoivent dans la culture populaire, pour mieux comprendre le contexte dans lequel les relations entre femmes prennent forme. Ceci étant dit, pour explorer comment les jeunes femmes font sens de ces représentations et de leur vécu des relations avec les autres femmes, la théorie des scripts sexuels de Simon et Gagnon (1986) a été mobilisée de façon complémentaire.

3.3.2 Théorie des scripts sexuels

Dans le cadre de cette recherche, la théorie des scripts sexuels de Simon et Gagnon (1986) a été utilisée dans la conception des instruments de collecte de données, plus précisément le questionnaire (Questionnaire : Appendice A) et le schéma d'entrevue (Schéma d'entrevue : Appendice B), ainsi que pour l'analyse thématique des verbatims des entrevues. Cette théorie établit la sexualité humaine comme un phénomène sociologique traitant les faits sexuels tels les actes, les relations et les significations comme des faits sociaux parmi d'autres (Bozon et Giami, 1999 ; Simon et Gagnon, 1986 ; Wiederman, 2014). Autrement dit, les scripts font nécessairement partie intégrante d'une structure sociale, et c'est cet aspect qui nous importe particulièrement. Comme l'approche féministe constructiviste, cette théorie rompt avec l'approche naturaliste et biologique de la sexualité proposée par d'autres théoriciens. Plutôt que de considérer la sexualité comme pulsionnelle, animale, mais contrôlée par la société et les institutions, elle pose que c'est le social qui guide la production des conduites sexuelles et leurs significations (Simon et Gagnon, 1986). En d'autres mots, l'utilisation du terme «scripts» vient du fait que l'on parle d'apprentissages sociaux, non pas découlant de règles et d'interdits, mais plutôt d'une imprégnation par des récits impliquant des séquences d'événements ; à la manière d'une «mise en scène», l'acteur apprend et intériorise les modes de fonctionnement des institutions et joue le rôle qui lui est attribué, selon sa compréhension de ce rôle et de la scène (Simon et Gagnon, 1986). Cet angle constructiviste et interactionniste permet donc de mieux comprendre la dynamique entre les normes sociales, les réponses des acteurs au monde social, ainsi que la subjectivité de chacun.

Concrètement, Simon et Gagnon (1986) ont développé trois niveaux de scripts sexuels ; les scripts culturels, interpersonnels et intrapsychiques (Simon et Gagnon,

1986). D'abord, les scripts culturels guident et instruisent sur les rôles spécifiques à jouer au niveau de la vie collective, ils sont des prescriptions collectives qui informent sur ce qui est possible de faire ou ne l'est pas en termes de sexualité (Bozon et Giami, 1999 ; Simon et Gagnon, 1986). Les rôles de genre et l'hétéronormativité définis plus haut en sont de bons exemples. Les scripts interpersonnels, quant à eux, sont la réponse de l'acteur au monde extérieur, ils reflètent ce que l'individu perçoit comme attendu de lui par les autres et ce qu'il attend de lui. Ainsi, l'acteur intègre les scripts culturels et les applique au rôle qu'il joue dans les contextes sociaux quotidiens (Simon et Gagnon, 1986), ce qui peut s'apparenter à la construction sociale des catégories de sexes. Les scripts interpersonnels sont présents principalement dans différents types d'interactions sociales, ils sont donc plus pratiques et visibles dans la rencontre avec l'autre (Bozon et Giami, 1999 ; Simon et Gagnon, 1986). Il est intéressant de noter que les scripts culturels majeurs qui forment les scripts interpersonnels les plus communs ont tendance à se former exclusivement à l'adolescence et à l'âge adulte (Simon et Gagnon, 1986). Puis, les scripts intrapsychiques abordent la subjectivité de l'individu et son histoire individuelle, en d'autres mots, la réorganisation symbolique qu'il fait de la réalité (Bozon et Giami, 1999 ; Simon et Gagnon, 1986). Ils sont donc un mélange de scénarios culturels et d'éléments d'expériences personnelles organisés en schèmes cognitifs structurés qui coordonnent la vie mentale et le comportement social (Bozon et Giami, 1999). La théorie des scripts sexuels suggère que les scripts interpersonnels et intrapsychiques sont des influences importantes sur le comportement lorsque les scripts culturels sont discordants de la situation que les individus affrontent (Simon et Gagnon, 1986 ; Rose, 2000). Par exemple, Simon et Gagnon (1986) réfèrent au principe d'accommodation lorsqu'une personne veut exprimer certains éléments de scripts interpersonnels qui sont cohérents avec les rôles de genres, en même temps de faire l'expérience d'incohérence avec ces mêmes rôles de genre. Cet aspect en est un particulièrement intéressant pour notre recherche. En effet, une recherche sur les relations entre femmes se basant sur cette théorie

relève que certains aspects de l'expérience des femmes qui ne se conforment pas aux scripts culturels doivent être explorés au niveau interpersonnel et intrapsychique (Rose, 2000). À l'issue des résultats de cette recherche, l'auteure pose que des scripts culturels profondément hétérosexistes guident les études au sujet des relations entre femmes et les impactent sur deux aspects des relations romantiques et amicales ; la sexualité et le développement des relations (Rose, 2000).

Ceci étant dit, dans le cadre de notre étude, les perceptions par rapport à la culture populaire et aux modèles ambiants seront analysées comme scripts culturels ; le vécu rapporté par les participantes concernant leurs relations avec les autres femmes sera analysé comme scripts interpersonnels ; et les perceptions personnelles concernant les thèmes de l'amitié, de la popularité et de l'agressivité relationnelle («bitchage») rapportées par les participantes seront analysées comme des scripts intrapsychiques. Ainsi, il sera possible de mieux comprendre les perceptions des jeunes femmes sur les relations entre les femmes à travers les thèmes de l'amitié, de la popularité et de l'agressivité relationnelle («bitchage»), tout en prenant en considération l'apport de la culture populaire. Les scripts sexuels permettront donc une analyse à plusieurs niveaux, pour mieux comprendre les interrelations entre les contenus culturels de la culture populaire, les pratiques, les interactions sociales et les contenus mentaux, sans supposer une continuité ou discontinuité entre ces éléments (Simon et Gagnon, 1986 ; Bozon et Giami, 1999).

Pour résumer, la perspective féministe apporte un angle spécifique tout au long de l'analyse, puisqu'elle permet de positionner les femmes en tant que sujets, pour «tenir compte des particularités de la réalité féminine afin de bien la refléter» (Groupe de recherche interdisciplinaire sur les méthodes qualitatives, 1997, p.244). De plus, elle considère l'idéologie dominante du patriarcat dans laquelle les femmes évoluent et interagissent (Beattie, 1987), qui sous-tend la construction sociale des sexes,

l'adoption des rôles de genre et de l'hétéronormativité (Descarries et Mathieu, 2010 ; Rose, 2000 ; Valocchi, 2005). La théorie des scripts sexuels (Simon et Gagnon, 1986) est utilisée comme structure pour la conception des instruments de cueillette de données, mais aussi pour leur analyse. Elle permet de relever la façon dont les participantes conçoivent et vivent leurs relations avec les autres femmes à travers les thèmes de l'amitié, de la popularité et de l'agressivité relationnelle, et ce aux niveaux intrapsychique, interpersonnel et culturel. Ce cadre conceptuel met la table pour une méthodologie qui saura répondre aux objectifs de recherche.

CHAPITRE IV

MÉTHODOLOGIE

Cette recherche en est une exploratoire, donc a pour but de mettre en lumière plusieurs enjeux et dimensions que pose une problématique qui affecte les individus, mais aussi d'approfondir la complexité de celle-ci (Groupe de recherche interdisciplinaire sur les méthodes qualitatives, 1997). La technique utilisée pour recueillir la majeure partie des données est donc une des plus prisées par les chercheurs en sciences humaines, l'entrevue semi-dirigée (Deslauriers, 1991). En effet, cette technique représente «une interaction limitée et spécialisée, conduite dans un but spécifique et centrée sur un sujet particulier» (Deslauriers, 1991, p.33), dans ce cas-ci, les relations entre femmes. La grille d'entrevue est construite à partir de la théorie des scripts sexuels de Simon et Gagnon (1986), pour relever plusieurs niveaux de compréhension du phénomène. Les données sont analysées à l'aide de cette théorie, dans une approche féministe, à l'aide d'une technique d'analyse thématique inductive (Braun et Clarke, 2006).

4.1 Échantillon et procédure de recrutement

La population d'intérêt est celle des adultes émergents, définis par Arnett (2000), comme étant les jeunes adultes âgés de 18 à 25 ans. Pour répondre aux objectifs de la recherche, les critères d'inclusion étaient d'être une femme, âgée de 18 à 25 ans,

francophone. Le processus de recrutement a été amorcé en octobre 2016 par un premier contact téléphonique aux établissements scolaires de l'île de Montréal s'adressant à un public de jeunes adultes, par la suite, par l'intermédiaire d'une lettre explicative envoyée par courriel, proposant une collaboration entre la chercheuse et les directions des établissements visés (Demande de collaboration : Appendice C). Cette lettre présentant un résumé de la problématique, de la méthodologie de notre étude et des considérations éthiques a été envoyée à plusieurs Cégeps, universités, Centres d'éducation aux adultes et Carrefours jeunesse emploi de l'île de Montréal. Essentiellement, on y demandait d'accepter que la chercheuse diffuse de l'information sur le projet par des affiches d'informations sur les babillards de l'établissement, ou par des présentations devant les classes et les groupes de jeunes adultes qui pourraient être intéressés à participer. Un suivi téléphonique a été fait, puis des ententes avec les directions et associations étudiantes de trois Cégeps, deux Carrefours jeunesse emploi et deux universités ont été confirmées par la suite.

Ainsi, avec la collaboration de la direction des établissements retenus, l'information a circulé par l'entremise des professeurs contactés et des affiches apposées sur les babillards à cet effet à partir de janvier 2017. De plus, des présentations sur le projet ont été faites dans deux classes de psychologie du développement dans un établissement collégial. Les affiches donnaient brièvement l'information sur le but de la recherche, les critères d'inclusion, les tâches à accomplir, considérations déontologiques, les avantages et désavantages à participer, ainsi que les coordonnées de la chercheuse (Affiche de recrutement : Appendice D). Une version électronique de l'affiche a été diffusée sur la page Facebook© personnelle de la chercheuse, ainsi qu'une dizaine d'autres pages de groupes à intérêts communs, ou professionnels oeuvrant auprès de jeunes adultes, les invitant à partager l'information. Les participantes intéressées devaient contacter la chercheuse par courriel pour fixer un rendez-vous et convenir par la suite de l'heure et l'endroit où se tiendrait la rencontre.

À la fin de la rencontre, les jeunes femmes ayant participé étaient invitées à parler de la recherche à leurs amies et femmes de leur entourage. La méthode d'échantillonnage que nous avons employée est donc non-probabiliste, une combinaison de volontaires et par boule de neige (Beaud, 2010 ; Deslauriers, 1991). Finalement, après ces démarches, l'échantillon final s'est composé de dix jeunes femmes âgées de 18 à 25 ans.

4.2 Conception des instruments de collecte de données

Pour mesurer les perceptions des jeunes femmes sur les thèmes de l'amitié, de la popularité, et de l'agressivité relationnelle entre femmes, un questionnaire et une grille d'entrevue ont été développés (Questionnaire : Appendice A ; Schéma d'entrevue : Appendice B). Le questionnaire a été élaboré dans le but d'établir un profil sociodémographique, d'habitudes de consommation de médias populaires des participantes, puis d'explorer les trois thèmes principaux ; l'amitié, la popularité et l'agressivité relationnelle («bitchage»). Ainsi, il a été possible de classifier et distinguer les jeunes femmes participantes relativement à ces catégories et concepts (Durand et Blais, 2010). L'entrevue semi-dirigée a été développée dans le but de recueillir des données riches (Savoie-Zajc, 2010), dans notre cas précis, sur les perceptions et sur le vécu des femmes en regard de l'amitié, de la popularité et de l'agressivité relationnelle (« bitchage ») et le sens qu'elles donnent à ceux-ci.

4.2.1 Thèmes du questionnaire et du schéma d'entrevue

Le questionnaire développé comporte d'abord des questions sociodémographiques générales, comme l'âge, le niveau de scolarité et l'orientation sexuelle entre autres (Questionnaire : Appendice A). Ensuite, d'autres questions portent sur les habitudes de consommation de certains médias populaires des participantes, en lien avec le temps qu'elles consacrent, par exemple, à l'écoute de musique, de télévision ou l'utilisation des réseaux sociaux, pour ainsi dresser un portrait de la place que ces agents de socialisation ont dans leurs vies et habitudes. Puis, les thèmes de l'amitié, de la popularité et de l'agressivité relationnelle («bitchage») sont couverts de façon plus large (par exemple : «Diriez-vous que vous êtes une personne populaire auprès de votre entourage ?» ; « D'après vous, en quoi consiste le «bitchage» entre femmes ? » ; « À votre connaissance, avez-vous déjà subi du «bitchage» entre femmes ? » ; etc.). Ce qui a permis en quelque sorte de mettre la table avant de passer à l'entrevue semi-dirigée, mais aussi de dresser un portrait qui permet une catégorisation plus précise des expériences qui ont été explorées en détail lors de l'entrevue.

Les entrevues semi-dirigées individuelles sont d'une durée d'une heure et demie et permettent de comprendre les perceptions et le vécu des jeunes femmes interrogées sur les thèmes de l'amitié, de la popularité et de l'agressivité relationnelle («bitchage») entre femmes (Schéma d'entrevue: Appendice B). Le schéma d'entrevue a été conçu en s'inspirant de la structure de la théorie des scripts sexuels de Simon et Gagnon (1986). Pour bien illustrer la théorie des scripts sexuels (Simon et Gagnon, 1986), chaque thème est divisé en trois niveaux, soit les perceptions générales à propos des thèmes pour les scripts intrapsychiques, les expériences personnelles par rapport à leur relation avec les autres femmes pour les scripts interpersonnels, et les perceptions par rapport à la culture populaire et aux modèles ambiants pour les scripts

culturels. Suivant cette séquence, le thème de l'amitié a comme sous-thèmes : les perceptions générales de l'amitié entre femmes ; les expériences personnelles par rapport à leurs relations avec les autres femmes ; et les perceptions par rapport à l'amitié entre femmes présentée dans la culture populaire. Pour ce qui est de la popularité, il est divisé de la même manière, soit les perceptions générales à propos de la popularité chez les femmes, les expériences personnelles touchant la popularité par rapport aux autres femmes de leur entourage, puis les perceptions à propos de la popularité dans la culture populaire. Finalement, le thème de l'agressivité relationnelle («bitchage»), quant à lui, est d'abord exploré à travers les perceptions au sujet de l'agressivité relationnelle entre femmes présentées dans la culture populaire, ensuite les perceptions générales des comportements d'agressivité relationnelle chez les femmes, puis les expériences vécues dans les relations avec les autres femmes. Cet ordre inversé des niveaux, soit culturel en premier, suivi par intrapsychique et interpersonnel, permet d'aborder à la fin de l'entrevue le sujet plus « chargé » qu'est l'expérience d'agressivité relationnelle entre femmes (victime ou auteure de «bitchage»), et ainsi laisser davantage de place à l'élaboration et à la ventilation, s'il y a lieu, pour les participantes.

4.3 Révision et bonification des instruments de collecte de données

Pour l'étape de la révision et de la bonification d'outils de collecte de données, un comité d'experts a été créé. D'abord, pour une diversité dans les points de vue et dans les commentaires, le comité se voulait composé d'une professeure de l'IREF (Institut de recherches et d'études féministes), d'une experte des adultes émergents, ainsi qu'une professeure au collégial ou professionnelle oeuvrant auprès d'une clientèle de jeunes adultes. Le comité s'est donc finalement composé de trois personnes, d'abord

Sylvie Lévesque, Ph.D., professeure au département de sexologie de l'UQÀM, spécialiste en méthodologie de la recherche qualitative en sexologie ; ses travaux de recherche touchent, entre autres, les femmes, la maternité et la violence. Marie-Aude Boislard, Ph.D. est aussi professeure au département de sexologie de l'UQÀM, spécialisée dans l'approche développementale et dans la méthodologie quantitative en recherche sexologique. Ses recherches touchent, entre autres, le développement psychosexuel normatif de l'adolescent et de l'adulte émergent et les relations avec les parents et les pairs. Puis Catherine Lord, Ph.D, est professeure de psychologie au niveau collégial, donc oeuvrant auprès de jeunes adultes, présidente et cofondatrice d'Immerscience©, collectif de chercheuses offrant des services de curation scientifique. Les expertes ont donc eu à faire leur évaluation à partir d'une grille créée à cet effet (Grille d'évaluation d'instruments de collecte de données par un comité d'experts: Appendice E). Elles ont évalué le questionnaire et la grille d'entrevue sur le fond et la forme, plus précisément à savoir si a) les items étaient clairs dans leur formulation ; b) cohérents en regard des éléments conceptuels ; c) pertinents en fonction du modèle théorique utilisé. Ces évaluations ont ensuite été compilées, puis nous avons fait les ajustements nécessaires pour bonifier les instruments de collecte de données. Par exemple, le questionnaire original a été jugé comme chargé ; comportant un nombre excessif de questions, nous avons décidé de l'abréger en explorant la consommation de médias populaires au niveau des réseaux sociaux, musique, télévision et cinéma, et couper ainsi la mode vestimentaire et le sport. Nous avons de même éliminé l'Échelle de sexisme ambivalent (Dardenne, Delacollette, Grégoire et Lecocq, 2006 ; Glick et Fiske, 2001), puisque jugée moins pertinente pour cette étude. Cette démarche a contribué à remplir les critères de qualité auxquels la recherche qualitative devrait répondre, soit la crédibilité, la transférabilité et la fiabilité (Deslauriers, 1991), présentées au chapitre de la discussion.

4.4 Administration des instruments de collecte de données

Les entretiens se sont tous tenus dans un bureau de l'UQÀM et débutaient d'abord par la présentation du projet de recherche, ainsi que l'explication du déroulement de la rencontre, en précisant et expliquant les considérations éthiques. Afin de créer un climat idéal pour l'échange, il était aussi mentionné qu'il n'y avait pas de bonnes ou mauvaises réponses, et que la participante pouvait se sentir libre de tout jugement, favorisant ainsi une relation de confiance entre l'interviewée et la chercheuse (Deslauriers, 1991). Chacune des participantes était invitée à lire et signer le formulaire de consentement (Formulaire de consentement : Appendice F) accompagné d'explications sur les mesures prises pour assurer l'anonymat ainsi que les avantages et les risques de participer. La chercheuse se montrait aussi disponible pour répondre à toute question ou précision concernant le formulaire de consentement. Une fois celui-ci lu, compris et signé, la participante répondait au questionnaire, suivi par l'entrevue. Tout au long de l'entrevue, la participante était encouragée à développer ses idées et éclaircir ses propos, dans le but de bien saisir la façon dont elle donnait sens à ses perceptions et expériences (Deslauriers, 1991). À la fin de l'entrevue, un retour était fait sur les propos et l'expérience de la participante tout en invitant la participante à ajouter les informations qu'elle considérait comme pertinentes, et qui n'avaient peut-être pas été explorées. Puisque le sujet pouvait être délicat et de mauvais souvenirs et émotions pouvaient resurgir, un rappel des références et ressources d'aide indiquées sur le formulaire de consentement a été fait à la fin de la rencontre. Le temps alloué à l'entrevue se voulait de 90 minutes ; la durée des dix entrevues se situe entre 50 et 133 minutes, pour une moyenne de 70 minutes.

4.5 Analyse des données

Des statistiques descriptives ont été employées pour les données sociodémographiques et d'habitudes de consommation de médias populaires. Une démarche plus élaborée a été utilisée pour les données recueillies par l'entrevue, d'abord la transcription des enregistrements audio sous forme de verbatim, suivie par l'analyse thématique du contenu des entrevues. L'idée maîtresse de cette démarche d'analyse est de «considérer les textes comme des objets qui peuvent être saisis et analysés essentiellement comme s'ils avaient les mêmes caractéristiques que les objets matériels» (Sabourin, 2010, p.421). Une fois les données rassemblées, la codification a été entamée en déconstruisant, isolant, désindividualisant et décontextualisant le corpus de données (Deslauriers, 1991), permettant de construire simultanément un arbre thématique pour chacun des thèmes explorés (Arborescence : Appendice G). Puis le chemin inverse a été emprunté, regroupant approximativement les données qui semblent analogues ou similaires par le processus de reconstruction et de synthèse (Deslauriers, 1991), créant des «patterns» de données qui pointent vers des thèmes émergents (Schéma de l'analyse : Appendice H) (Braun et Clarke, 2006). Une approche inductive a donc été utilisée, c'est-à-dire que les données ont été codées sans essayer de les filtrer ni de les catégoriser dans un cadre préexistant, mais bien d'analyser ce qui les rassemble et les différencie, afin de dégager les noyaux de sens permettant une interprétation de leur signification (Blais et Martineau, 2006 ; Braun et Clarke, 2006). Cette démarche a permis de raffiner et nuancer les données (Deslauriers, 1991) recueillies à partir des propos des participantes au sujet de l'amitié, de la popularité et de l'agressivité relationnelle («bitchage») pour mieux comprendre les relations entre femmes et le contexte social dans lequel elles prennent forme.

4.6 Considérations éthiques

Cette recherche a été approuvée par le Comité éthique de la recherche pour les projets étudiants impliquant des êtres humains (CERPE) de la Faculté des Sciences humaines de l'Université du Québec à Montréal (numéro 1248 ; Certificat d'approbation éthique : Appendice I). Le formulaire de consentement expliquait les avantages et les risques à participer, ainsi que les démarches prises pour assurer la confidentialité (Formulaire de consentement : Appendice F). Les avantages étaient donc la contribution à l'avancement des connaissances par une meilleure compréhension des relations entre femmes et bénéfique pour une réflexion sur les relations entre femmes en général ou sur leurs propres relations avec les femmes qui les entourent. Le risque était d'éprouver de l'inconfort face à des questions qui pourraient raviver des émotions vécues lors d'expériences désagréables liées à l'amitié, la popularité et l'agressivité relationnelle («bitchage»), dans les relations féminines. Les participantes étaient assurées qu'elles demeuraient libres de ne pas répondre à une question ou de mettre fin à la rencontre sans avoir à se justifier et sans subir de préjudice. Les coordonnées de la chercheuse, de sa direction de recherche et des ressources d'aide étaient mentionnées à la fin de la rencontre ainsi que sur le formulaire de consentement. Pour ce qui est de la confidentialité, l'entrevue était enregistrée sur support audio, puis transcrit en verbatim. Le dossier informatique contenant les propos des jeunes participantes sur enregistrement audio et verbatim était sécurisé à l'aide d'un mot de passe. De plus, les noms des personnes interviewées ainsi que toute autre information permettant d'identifier les participantes ont été changés dans la transcription des verbatim et dans la rédaction. Les enregistrements audio des entrevues seront détruits trois ans après le dépôt du mémoire.

4.7 Description de l'échantillon

Les femmes ayant pris part à cette recherche (n=10) étaient âgées de 18 à 25 ans au moment de l'entrevue, donnant une moyenne échantillonnale de 22 ans. Comme l'indique le tableau 4.1 (Portrait de l'échantillon), la majorité des participantes (n=8) sont étudiantes au Cégep ou à l'université et ce, à temps plein ; certaines en sont même à un deuxième baccalauréat. Deux autres ont terminé des études collégiales : une est sans emploi et l'autre travaille à temps plein. La totalité des participantes a donc complété, ou est en cours de terminer des études postsecondaires.

Tableau 4.1 Portrait de l'échantillon

Noms fictifs des participantes	Âge des participantes	Dernier niveau de scolarité complété	Occupation au moment de l'entrevue
Léa	18	Secondaire	Étudiante à temps plein (CÉGEP)
Adèle	20	Secondaire	Étudiante à temps plein (CÉGEP)
Christine	20	Baccalauréat français	Étudiante à temps plein (1er cycle universitaire)
Maya	22	Baccalauréat français	Étudiante (non spécifié)
Fannie	25	CÉGEP	Sans emploi
Solange	25	CÉGEP	Travaille à temps plein
Véronique	21	Universitaire (1er cycle)	Étudiante à temps plein (1er cycle universitaire)
Mélissa	22	Universitaire (1er cycle)	Étudiante à temps plein (1er cycle universitaire)
Élisabeth	23	Universitaire (1er cycle)	Étudiante à temps plein (1er cycle universitaire)
Aurélie	24	Universitaire (1er cycle)	Étudiante à temps plein (2e cycle universitaire)

Pour ce qui est de la situation socio-économique de nos participantes, trois d'entre elles ont rapporté, selon les choix de réponses proposés, être financièrement «assez à l'aise», défini dans le questionnaire comme «avoir tout ce dont elles ont besoin, mais sans plus», cinq ont rapporté être «à l'aise ; avoir tout ce dont elles ont besoin et un peu plus », puis deux ont rapporté être «très à l'aise ; avoir tout ce dont elles ont besoin, et beaucoup plus». Finalement, l'endroit de naissance des participantes était

Haïti (n=1), France (n=2), puis Montréal et les environs (n=7). Ceci étant dit, l'origine culturelle auto rapportée par les participantes était Syrienne (n=1), Française (n=1), Française et Québécoise (n=1), Québécoise (n=4) et Canadienne (n=3). Puis, parmi les participantes, huit femmes se sont définies comme «hétérosexuelle seulement», une comme «hétérosexuelle la plupart du temps» et une comme «hétérosexuelle et homosexuelle à égalité». Pour ce qui est du statut relationnel, quatre femmes ont rapporté être «célibataire», deux femmes «en fréquentation», et quatre «en couple» au moment de la rencontre.

4.7.1 Portrait des habitudes de consommation de médias populaires

Les habitudes de consommation de médias populaires ont été mesurées à l'aide d'un bref questionnaire conçu par la chercheuse principale. La culture populaire étant très influencée par l'environnement médiatique, les médias de masse (Goldberg, 2009) trois médiums ont été soulevés, soit les réseaux sociaux, la musique et la télévision. Le portrait nous démontre que la consommation de ces trois médiums est assez présente dans le quotidien des participantes (Tableau 4.2 : Portrait des habitudes de consommation de médias populaires). La totalité de nos participantes est effectivement active sur un ou plusieurs réseaux sociaux, plus précisément sur Facebook© (n=10), suivi par Instagram© (n=6), puis Snapchat© (n=4). L'écoute de musique est aussi une activité partagée par la totalité des participantes sur une base quotidienne, et la télévision par huit participantes. Pour ce qui est du temps consacré en moyenne par jour pour chaque médium, le mode de la distribution, c'est-à-dire la réponse cochée par le plus grand nombre de participantes, se situe entre une et deux heures par jour à la fois pour les réseaux sociaux, la musique, puis la télévision.

Tableau 4.2 Portrait des habitudes de consommation de médias populaires

Médium de culture populaire	Nombre total de participantes actives sur ce médium (n)	Temps consacré en moyenne par jour (heures)	Nombre de participantes (n)
Réseaux sociaux	10	Moins d'une heure	3
		Entre 1 à 2 heures	4
		Entre 2 à 3 heures	2*
		Entre 3 à 4 heures	2*
		Plus de 4 heures	0
Musique	10	Moins d'une heure	1
		Entre 1 à 2 heures	5**
		Entre 2 à 3 heures	3**
		Entre 3 à 4 heures	2
		Plus de 4 heures	0
Télévision	8	Moins d'une heure	2
		Entre 1 à 2 heures	3
		Entre 2 à 3 heures	2
		Entre 3 à 4 heures	0
		Plus de 4 heures	1

*Notez qu'une participante a sélectionné à la fois « entre 2 et 3 » et « entre 3 et 4 », indiquant que sa consommation dépendait des jours.

** Notez qu'une participante a sélectionné les deux choix de réponse.

CHAPITRE V

RÉSULTATS

Seront présentés ci-dessous les résultats des questionnaires et entrevues des participantes de notre étude en regard de chacun des thèmes explorés, soit l'amitié (A), la popularité (P) et l'agressivité relationnelle («bitchage») (AR), et ce, au niveau culturel, intrapsychique et interpersonnel selon le modèle théorique de Simon et Gagnon (1986). Plus précisément, pour chacun des thèmes (A, P, AR), il sera présenté 1) les perceptions des participantes sur la façon dont ce thème est représenté par la culture populaire, c'est-à-dire par certains médias populaires (téléréalités, films, téléséries) et les réseaux sociaux (Facebook©, Instagram©, Snapchat©) ; 2) la définition personnelle des participantes du thème entourant les relations féminines; 3) leurs perceptions sur les différences entre les femmes et les hommes pour celui-ci ; 4) leur vécu quant à leurs relations entre filles à l'adolescence et entre femmes à l'âge adulte en regard de ce thème. Ce chapitre offrira donc un portrait nuancé de ce que les participantes pensent de la façon dont les relations entre femmes sont représentées dans la culture populaire, puis de ce qu'elles vivent dans leurs propres relations, en regard de l'amitié, de la popularité et de l'agressivité relationnelle. Ce portrait nous permettra ainsi de répondre à l'objectif principal qui est d'explorer la place de l'agressivité relationnelle («bitchage») dans les relations féminines et son lien avec l'amitié et la popularité des jeunes femmes âgées de 18 à 25 ans.

5.1 L'amitié entre femmes : représentations médiatiques, définition personnelle et expériences vécues à l'adolescence et à l'âge adulte

5.1.1 Représentations de l'amitié entre femmes dans les médias populaires : un portrait loin de la réalité des relations féminines

Lors de l'entrevue, les participantes se sont exprimées sur la façon dont les médias populaires représentent l'amitié entre femmes, par exemple dans les films, les téléséries et les téléréalités. D'abord, la majorité des participantes (n=8) a indiqué que les relations entre femmes dans les médias sont représentées comme étant toxiques ; l'hypocrisie, le « bitchage » et les potins étant omniprésents à leur avis. Dans le même ordre d'idées, un peu plus de la moitié des participantes (n=6), a mentionné que les amitiés féminines sont représentées par les médias comme étant stéréotypées et superficielles, montrant des femmes avoir des intérêts ou des activités typiquement féminines ou «girly» (ex. : aller au spa, magasiner, se faire les ongles). De plus, la moitié des participantes (n=5) a rapporté que l'amitié entre femmes présentée dans les médias prend souvent place autour des hommes, qu'il soit question, encore une fois, des activités axées sur le soin de soi pour leur plaire, mais aussi de l'intérêt amoureux, de la jalousie entre femmes pour un homme, ou simplement dans leurs sujets de conversation.

> Toujours un rapport aux hommes, je trouve que dès qu'il y a des filles ensemble on va parler des hommes, il faudra être belles pour eux, comment faire pour avoir un petit copain, ça va toujours être tourné quand même vers le *girly* et vers les hommes. *Christine,* 20 ans (111-114)

Enfin, deux des participantes ont précisé que les représentations de l'amitié dans les médias populaires présentent une image négative des femmes et de leurs relations. Selon leur propos, les modèles qui sont présentés surtout dans les téléréalités à

saveurs sensationnalistes sont inappropriés et les femmes ne se comportent pas ainsi entre elles dans la réalité. Toutefois, deux autres participantes ont nuancé que malgré les représentations dans les médias qui pouvaient souvent être négatives, des représentations plus positives auxquelles elles peuvent s'identifier sont tout de même présentes. Une participante a d'ailleurs donné comme exemple une télésérie où elle retrouve une belle relation d'amitié, un «beau soutien», entre deux femmes auxquelles elle peut s'identifier.

5.1.2 Définition personnelle de l'amitié entre femmes : relation multidimensionnelle, conditionnelle aux valeurs partagées et à la compatibilité des personnalités

Toujours au cours des entretiens individuels, nos participantes ont été invitées à donner leur définition personnelle de l'amitié entre femmes. Elles ont énuméré plusieurs façons de concevoir ce thème en apparence simple, mais qui s'avère finalement complexe à définir. Les réponses des participantes indiquent que l'amitié entre femmes serait multidimensionnelle ; d'un côté ludique, la plupart des participantes ayant défini l'amitié par le partage de temps, d'intérêts, d'activités communes et de plaisir, ce dernier illustré par Adèle comme « lâcher notre fou, faire nos fofolles ». D'un côté plus affectif, le partage de confidences, ainsi que le soutien émotionnel, ont été relevés par certaines pour définir l'amitié, Élisabeth la qualifiant de «groupe de soutien», Fannie et Aurélie de «deuxième famille».

Ceci étant dit, les participantes ont soulevé les conditions requises pour qu'une bonne amitié entre femmes fonctionne, qui rejoignent d'ailleurs beaucoup la définition qu'elles en font. Plusieurs conditions ont été formulées, ce qui a permis de les regrouper sous deux catégories distinctes, mais pas mutuellement exclusives. Pour

presque la totalité des participantes (n=9), le partage de valeurs chères à leurs yeux, soit l'honnêteté; la loyauté; la confiance; le respect; la réciprocité ; l'empathie est la première condition au bon fonctionnement de l'amitié entre femmes. Une autre condition nommée par un peu plus de la moitié des participantes (n=6) est la compatibilité des personnalités.

> Je pense que la personnalité a voir beaucoup, il faut que les personnalités concordent, des fois t'aimes beaucoup quelqu'un, tu voudrais tellement que cette amitié-là marche, mais ça fonctionne pas parce que justement il y a toujours des petits accrochages, à cause de la personnalité ça marche pas alors je pense qu'il faut qu'il y ait, [...] une compatibilité, je pense que c'est un des critères. *Solange,* 25 ans (27-31)

Selon Solange, il ne s'agirait pas seulement de la volonté d'une personne à vouloir faire perdurer la relation, mais surtout la compatibilité et la bonne entente, qui font en sorte que l'amitié entre femmes fonctionne ou non.

5.1.3 Définition personnelle de l'amitié entre femmes selon le genre: une plus grande complexité et une plus grande intimité sont particulières aux relations féminines

Précisons d'abord que l'amitié entre femmes semble occuper une place importante dans la vie des jeunes femmes interrogées, la totalité des participantes ayant indiqué dans le questionnaire que parmi leurs ami(e)s les plus intimes, il y avait davantage de femmes que d'hommes, dont une qui ne comptait qu'exclusivement des femmes dans son cercle. Les particularités de l'amitié entre femmes ont été nommées et explicitées en comparaison aux particularités de l'amitié entre hommes, toujours selon la subjectivité personnelle de chaque participante. Plusieurs éléments de réponses ont

été soulevés. D'abord, la majorité des participantes (n=8) ont relevé que leur définition de l'amitié reste la même, qu'elle soit partagée par deux femmes, deux hommes, ou un homme et une femme, malgré que les intérêts partagés ne soient pas les mêmes. À ce sujet, certaines participantes (n=3) relèvent que l'amitié féminine et l'amitié masculine sont un lieu de partage d'expériences liées au genre. Plus précisément, les femmes partageraient des moments ou expériences dits « féminins » et les hommes, des moments ou expériences dits « masculins ».

> (Rires) euh, ben je pense qu'il y a une question de genre, au niveau des expériences partagées, peut-être qui se rejoignent plus dans ce sens-là [...]. Je pense que ça dépend lesquelles (rires). Euh, dépendamment d'à quel point les gens sont comme genrés si on peut dire, ou tsé... acceptent les espèces de conventions stéréotypées là. *Élisabeth,* 23 ans (23-45)

Dans le même ordre d'idées, un peu moins de la moitié des participantes (n=4), bien que nuancées dans leurs propos, suggèrent que l'intimité est plus grande dans une amitié entre femmes qu'une amitié entre hommes. Selon les propos de Véronique, les relations entre femmes sont plus intimes en raison de leurs sujets de conversation, les femmes parlant davantage en détail de leur vie intime, tandis que les hommes «parlent plus de sports ou de trucs qui se passent». Puis, quatre participantes ont mentionné que la complexité est plus grande dans l'amitié entre femmes qu'entre hommes. Solange et Mélissa expliquent d'ailleurs cette plus grande complexité de l'amitié entre femmes par le fait que celles-ci seraient plus sensibles et plus susceptibles, et qu'il y aurait donc davantage d'hypocrisie.

> Je pense qu'entre filles, il faut mettre plus ses gants blancs quand on dit qu'on n'est pas d'accord avec une amie, ou quoi que ce soit. [...] Je trouve qu'il y a plus d'hypocrisie entre les filles qu'entre gars. Il faut que tu pèses plus tes mots quand tu parles. C'est sensible, c'est réactif quand tu parles. Tu ne peux pas être directe, directe, sauf... même avec des personnes qui sont directes. Il faut faire attention un petit peu plus. *Mélissa,* 22 ans (18-24)

Pour deux d'entre elles, l'amitié entre femmes est non seulement plus complexe que l'amitié entre hommes, mais elle l'est aussi plus que l'amitié entre une femme et un homme.

5.1.4 Vécu de l'amitié entre filles à l'adolescence : l'impératif de créer de nouvelles amitiés et d'appartenir à un groupe module les relations

Pour bien comprendre le vécu des participantes quant à leurs relations avec les autres filles à l'adolescence, plusieurs éléments de l'amitié ont été considérés, d'abord la création de nouvelles amitiés, puis les liens affectifs et relationnels avec les autres filles. Pour ce qui est de la création de nouvelles amitiés, chacune des participantes a nommé plusieurs manières dont les amitiés se créaient à l'adolescence. Un peu plus de la moitié des participantes (n=6) ont relevé un phénomène de regroupement, c'est-à-dire à travers d'autres amis de l'école, du quartier, ou de leurs activités parascolaires. Les activités communes ont d'ailleurs aussi été mentionnées par le même nombre de participantes comme moyen de se créer de nouvelles amitiés. Parmi elles, Mélissa a rapporté que le fait de jouer à un sport que peu de filles pratiquent lui a permis de rencontrer une de ses meilleures amies, expliquant que c'est non seulement en partageant des activités communes, mais en étant dans la différence qui les a liées. Enfin, la moitié des femmes interrogées (n=5) ont expliqué avoir créé des amitiés simplement avec leurs habiletés sociales à l'adolescence. Certaines ont nommé explicitement des qualités qui leur étaient propres comme Maya :

> J'avais euh, j'étais très sociable j'étais quelqu'un de, je me suis dit franchement, je suis grosse du coup, je me suis dit il faut que je sois sociable pour avoir des amis (rires) si ce n'est pas mon physique qui va attirer les gens il faut bien que j'aille quelque chose. Du coup, j'ai appris à développer, j'imagine un sens de l'humour, hum... j'ai toujours été très à l'écoute et au fond à l'adolescence, on pleure pour pas grand-chose, donc les gens venaient souvent pleurer sur mon épaule. *Maya,* 22 ans (92-98)

L'extrait de Maya semble pointer non seulement l'importance d'avoir des amies à l'adolescence, mais aussi une place particulière accordée à l'apparence physique pour se créer des amitiés. Ainsi, s'inquiétant du fait que son physique n'attire pas les gens, elle dit avoir appris à développer d'autres qualités, dont l'humour. Pour ce qui est des liens affectifs et relationnels avec les autres filles pendant l'adolescence, un peu plus de la moitié des participantes (n=6) a révélé qu'ils étaient difficiles, ou compliqués avec les autres filles. Plus précisément, ces relations pouvaient parfois être conflictuelles, teintées de manipulation ou de « bitchage ». Parmi elles, une participante a partagé que ses relations avec les filles étaient « un calvaire », dû à un surplus de poids et au fait qu'elle a vécu sa puberté plus tôt que la norme, ce qui amenait du jugement et des insultes de la part des autres filles. Adèle, quant à elle, raconte aussi avoir eu des relations difficiles avec les autres filles, à cause du «bitchage» :

> C'était une petite école [...] où la majorité c'était des filles. C'est ça, moi ce qui m'a le plus marquée, tout le monde «bitchait» entre elles pis moi euh, exemple j'étais fine pis j'étais, j'essayais de m'intégrer faque moi aussi je «bitchais» ... mais à la fin tout se retournait contre mon dos tsé. C'est arrivé à plusieurs reprises que toutes les filles se mettaient contre moi, genre «Ah c'est ta faute», mais tsé, pour des affaires niaiseuses là tsé comme aujourd'hui on serait comme «eille *slack* là», mais comme quand t'es petit, plus jeune c'est comme plus, plus grave [...]. *Adèle,* 20 ans (95-130)

Ici, Adèle souligne une particularité liée à l'adolescence qui est l'importance de

s'intégrer, mais aussi la gravité que les conflits peuvent prendre à cette période. D'un autre côté, un peu moins de la moitié des participantes (n=4) a parlé de manière positive de leurs liens affectifs et relationnels avec les autres filles à l'adolescence. Deux d'entre elles ont précisé que bien que parfois il pouvait y avoir des conflits, leurs relations étaient somme toute positives, ou fortes. Solange a également mentionné que les relations avec les autres filles étaient très fortes, même « fusionnelles » qu'elle s'explique par la « quête d'identité » propre à l'adolescence, occasionnant une certaine dépendance envers ses amies, selon ses propos.

> Eh bien elles étaient beaucoup plus fortes, c'était vraiment, on était beaucoup plus proches, on était aussi toutes en quête d'identité. Ça fait qu'on s'accrochait et dès qu'on avait trouvé une petite gang qui «fittait» un peu avec nous autres, on restait avec eux autres puis on s'accrochait puis on était tout le temps ensemble. Mais je sais pas je pense que en vieillissant ça change, [...] on change un moment donné aussi là, on sait qui on est, on n'a plus autant besoin de s'accrocher à un groupe peut-être, on est plus indépendant.
> *Solange* 25 ans (98-104)

Les propos des participantes semblent pointer vers une certaine importance de l'amitié à l'adolescence ; non seulement de s'en créer de nouvelles, mais de les maintenir à tout prix pour appartenir à un groupe. On peut se demander dans quelle mesure ces éléments modulaient les liens affectifs et relationnels qu'elles entretenaient avec les autres filles à cette période.

5.1.5 Vécu de l'amitié entre femmes à l'âge adulte : l'importance du partage des valeurs module les relations

Pour ce qui est de l'amitié à l'âge adulte, les propos des participantes relèvent plusieurs éléments laissant croire que celle-ci est vécue différemment qu'à

l'adolescence, non seulement dans la création de nouvelles amitiés, mais aussi dans les liens affectifs et relationnels qu'elles entretiennent avec les autres femmes présentement. Concernant la création d'amitié, certaines des mêmes catégories mentionnées par les participantes pour l'adolescence s'y retrouvent, mais avec des degrés d'importance différents. D'abord, le phénomène de regroupement et les activités communes lors de l'adolescence, nommées par plus de la moitié des participantes ont été nommés cette fois par une minorité d'entre elles (n=2) pour la création d'amitié à l'âge adulte. Ce sont les habiletés sociales qui ont été le plus souvent nommées pour expliquer comment elles se créaient de nouvelles amitiés à l'âge adulte, par exemple l'usage d'humour, ou encore la sociabilité et la gentillesse. L'importance des valeurs communes, quant à elle, a été soulevée par certaines participantes, élément qui n'était pas présent dans leurs propos au sujet de l'adolescence. Véronique explique qu'elle apprend à connaître une nouvelle personne avant de déterminer si l'amitié peut se poursuivre sur la base de valeurs communes.

> Euh, présentement, je laisse beaucoup plus qu'avant mes barrières ou les jugements. [...] maintenant, les gens que je rencontre, je connais pas leur passé là, je veux dire, on n'est plus dans un endroit fermé où ce que tout le monde entend des trucs sur les autres, donc c'est un petit peu plus facile, j'accueille les gens puis j'apprends à les connaitre, ensuite, tout dépendamment de leurs valeurs c'est là que je décide s'ils restent mes amis ou non.
> *Véronique*, 21 ans (74-80)

Ces mêmes participantes ont d'ailleurs expliqué que si les valeurs ne sont pas partagées, ou trop à l'encontre de celles qui leur importent, l'amitié ne se développera pas ou prendra fin. Dans le même ordre d'idées, avoir de nouvelles amies semble prendre une place de moins grande importance à l'âge adulte. Cet élément est souligné par un peu moins de la moitié des participantes (n=4) et ce, pour plusieurs raisons, soit par manque de temps ou manque de volonté comme mentionne Aurélie qui dit avoir «déjà assez d'amies». Solange explique plus précisément qu'à l'âge

adulte, elle fait moins de compromis et tient à rester elle-même, à défaut de déplaire. Adèle souligne aussi vouloir moins d'amies qu'à l'adolescence, préférant entretenir des relations plus significatives pour elle, mais avec moins de personnes. Cet élément en est un omniprésent dans le discours de nos participantes concernant leurs liens affectifs et relationnels avec les autres femmes de leur entourage. À ce propos, ceux-ci ont été qualifiés, par l'ensemble des participantes (n=10), de manière moins dichotomique qu'à l'adolescence. D'abord, aucune n'a mentionné avoir des relations difficiles ou compliquées avec les autres femmes, contrairement à ce qui a été rapporté à l'adolescence par un peu plus de la moitié des participantes. Une seule participante a mentionné avoir des relations fusionnelles avec les autres femmes de son entourage, tandis que d'autres (n=3) ont souligné que leurs relations sont moins fortes avec les femmes qui les entourent à l'âge adulte qu'à l'adolescence. Quelques-unes ont soulevé que les relations qu'elles entretiennent avec les autres femmes de leur entourage permettent une plus grande affirmation de soi qu'à l'adolescence. Somme toute, un peu plus de la moitié des participantes a qualifié leurs relations avec les autres femmes de leur entourage comme positives, sources de joie et d'épanouissement.

> Je dirais, très bien... parce que j'ai appris à me, m'entourer de personnes qui me, enfin, pas qui me font sentir très bien en mode « je suis égoïste », mais, j'apprends à écarter une amitié que je vois pas que ça peut être une relation dans laquelle on va pouvoir s'épanouir, en tant que, qu'êtres humains, hem... ou en tant que femmes [...]. Donc c'est, comme un échange constant et, nourrissant. *Fannie,* 25 ans (97-102)

Les propos soulevés par les participantes concernant leur vécu de l'amitié entre femmes à l'âge adulte sont davantage cohérents avec la définition qu'elles font de celle-ci. Il semble qu'au fil du temps, à travers les expériences relationnelles et la réflexion personnelle, une consolidation de la définition de l'amitié se met en place, qui module à son tour les expériences.

5.1.6 Perceptions de l'amitié entre femmes sur les réseaux sociaux : un outil de négociation de l'image et des relations

Les participantes ont donné leur opinion sur les représentations de l'amitié entre femmes sur les réseaux sociaux, comme Facebook©, Instagram© et Snapchat©. D'abord, bien que certaines participantes aient nuancé leur propos et précisé que l'amitié était représentée de nombreuses façons sur les réseaux sociaux, l'une d'elles a expliqué que ceux-ci sont un reflet du cercle social dans lequel on évolue, et par le fait même, plusieurs représentations sont possibles et varient, dépendamment de son propre réseau.

> Euh, ça varie tellement, parce qu'on voit ce que notre cercle social publie là, pis moi je suis en [sciences humaines] faque dans mon réseau j'ai beaucoup de féministes (rires) faque tsé c'est pas vraiment, c'est peut-être pas super représentatif, mais dans mon réseau, ben c'est représenté tsé je pense que les amitiés entre femmes ça peut vraiment être source de soutien, faire une communauté faque, ouais je pense que c'est plus à ce niveau-là, je vois pas vraiment de « bitchage » dans mon réseau ou dans mon Facebook©.
> *Élisabeth,* 23 ans (142-147)

Comme Élisabeth précise ici, les réseaux sociaux seraient un reflet de son propre réseau, et conséquemment, de sa propre définition de l'amitié entre femmes. D'un autre côté, un peu moins de la moitié des participantes (n=4) a mentionné que les représentations de l'amitié entre femmes sur les réseaux sociaux mettent l'emphase sur l'image, le fait d'être cool et sexy avec ses amies.

> [...] L'amitié, c'est vraiment montré comme : « On est *cool*! Regarde, on va montrer aux autres qu'on est belles sur Instagram©! » Je trouve que c'est vraiment axé là-dessus. Je pense que ça peut être perçu comme : « Regarde, nous on est *cool*. On fait des choses ensemble ». *Mélissa,* 22 ans (181-190)

Dans le même ordre d'idées, certaines participantes ont souligné que les représentations de l'amitié entre femmes sur les réseaux sociaux sont une mise en scène, ce qui fait en sorte que celles-ci ont l'air fausses, ou du moins, pas aussi sincère qu'elles devraient l'être. Certaines (n=3) ont pointé que les réseaux sociaux pouvaient être une source de conflits entre amies, dans les « vraies » relations entre femmes. Celles-ci ont donné plusieurs exemples, comme l'importance d'obtenir un nombre élevé de « likes », ou encore le fait de partager une photo avec une amie pour rendre une autre amie jalouse de ne pas avoir été invitée.

> [...] Mais sinon, pour vrai là, genre *liker* la photo là c'est vraiment une affaire. Tsé comme, j'ai déjà entendu des amies qui disaient que, genre, une autre amie avait pas *liké* sa photo pis c'était genre (rires) c'était comme, pas la fin du monde, là, mais c'était, c'était un problème là. *Léa,* 18 ans (112-122)

À la lumière des propos des participantes, il semblerait que les réseaux sociaux agissent en tant qu'outils de négociation et d'approbation, non seulement de l'image, mais aussi des amitiés.

5.2 La popularité chez les femmes : représentations médiatiques, définition personnelle et expériences vécues à l'adolescence et à l'âge adulte

5.2.1 Représentations de la popularité chez les femmes dans les médias populaires : l'archétype de la fille populaire se caractérise par la beauté

Les participantes ont décrit la façon dont la popularité est représentée dans les médias populaires en donnant un exemple de femme qui incarne leur idée de popularité dans les films, téléréalités, et téléséries. Une description d'un certain archétype de la fille

populaire a été soulevée par plusieurs caractéristiques. Cet archétype est caractérisé d'abord et «obligatoirement» par une belle apparence physique selon plus de la moitié des participantes (n=7). De plus, l'archétype de la fille populaire a souvent un mauvais rôle dans les représentations médiatiques, selon la moitié des participantes (n=5). En effet, il est dépeint comme une personne méchante, manipulatrice et hypocrite.

> Euh, dans les films. (Rires) Ben l'image typique, [...], mais tsé méchante *Mean girl*, ça, c'est comme l'image typique de la fille populaire là. [...] la fille qui mène toutes les autres filles, elle est méchante [...] pis elle va tout faire pour rester en haut pis... elle est prête à faire des, des sacrifices là, des gros sacrifices pis d'être méchante là. Pis elle rabaisse ses amies proches aussi. Tsé elle respecte pas ses, ses amies filles. *Adèle,* 20 ans (510-521)

Comme pointe Adèle dans cet extrait, une autre caractéristique rapportée par un peu moins de la moitié des participantes (n=4) est que la popularité, dans les médias populaires, est souvent accompagnée de relations négatives. En effet, l'archétype de la fille populaire est représenté comme n'ayant pas d'amitiés authentiques, tel que l'illustre Christine dans l'extrait ci-dessous.

> Oui je trouve ils montrent ça souvent comme des gens qui vont vers elle, mais c'est désintéressé quoi. Je veux dire que c'est un intérêt faux. C'est pas une vraie amitié, c'est pas une vraie volonté d'être avec la personne, c'est plus par défaut on va avec elle, parce qu'elle a ce qu'on n'a pas. Je trouve qu'on montre souvent ça, l'entourage de la fille populaire, ça va être des personnes un peu malsaines je trouve. *Christine,* 20 ans (318-321)

Parmi elles, Fannie précise son point en disant que la popularité est représentée comme étant un «couteau à double tranchant», c'est-à-dire qu'«elle peut être belle, mais ne peut pas avoir d'amies». Dans le même ordre d'idées, quatre personnes ont soulevé le fait que la fille populaire suscite l'envie, soit par sa beauté ou par son statut de fille populaire. Les gens gravitent donc autour d'elle, sans forcément avoir une

relation d'amitié avec elle, mais plutôt pour profiter de sa popularité, de son statut. Finalement, quatre participantes ont précisé que l'archétype de la fille populaire dans les représentations médiatiques est beaucoup associé à un monde adolescent et stéréotypé. Par exemple, Élisabeth précise que ces histoires prennent souvent place dans une école secondaire typique, figurant les cliques typiques et l'importance mise sur la popularité, tous des thèmes qui s'adressent davantage à un public adolescent selon elle.

5.2.2 Définition personnelle de la popularité chez les femmes : désir d'appréciation, d'acceptation et de reconnaissance sociale

Les participantes ont été invitées à partager leur définition personnelle et l'importance qu'elles accordent à la popularité, pour ensuite développer autour des motivations à être populaire pour une jeune femme. La popularité a donc été définie de plusieurs manières, comme le fait d'être appréciée, aimée par beaucoup de personnes ou au sein de son groupe, de se «sentir à sa place», mentionné par un peu plus de la moitié des participantes (n=6). D'un autre côté, certaines participantes ont mentionné que la popularité était plutôt le fait d'être connues ou de connaître beaucoup de personnes, donc d'avoir un réseau social assez développé. Adèle parle plus précisément d'un «grand réseau de contacts dans son domaine». Puis, certaines participantes (n=3) ont défini la popularité comme le fait de se démarquer des autres, soit par des qualités comme d'être le « clown » ou le « leader » d'un groupe ou par des biens matériels qu'ils possèdent plus que la majorité des gens. Elles ont toutefois spécifié que ces biens, et même la popularité en soi, ne représentent pas la valeur de la personne. Cela dit, les motivations à vouloir être populaire nommées par nos participantes vont dans le même sens que la définition qu'elles en font, c'est-à-dire le désir d'être acceptée et aimée, nommée par un peu plus de la moitié des participantes (n=6) :

> [...] pour que les gens parlent en bien de toi, être acceptée par les autres, savoir qu'il y a du monde qui t'aime et qui t'accepte et t'apprécies. Je pense que c'est ça peut-être. *Solange,* 25 ans (286-288)

Puis, la moitié des participantes (n=5) a nommé le désir de reconnaissance comme motivation à être populaire. Élisabeth mentionne d'ailleurs la «visibilité sociale» et le «désir de reconnaissance par les pairs». Puis certaines participantes (n=2) ont également soulevé qu'une des motivations derrière le fait de vouloir être populaire est de susciter l'envie.

> [...] les autres aimeraient ça être à ma place! [...] pour que les gens voient que j'ai une vie *nice* et que je sois populaire. Que les gens trouvent que c'est hot d'être moi ». *Mélissa* 22 ans (227-235)

5.2.3 Définition personnelle de la popularité selon le genre : approbation par rapport à un idéal de féminité et de masculinité

En comparant les relations entre hommes avec les relations entre femmes, les participantes ont nommé une ou plusieurs qualités qui pour elles, sont requises pour qu'une femme soit populaire, puis celles requises pour qu'un homme soit populaire. Pour les femmes, la majorité des participantes (n=8) a nommé des qualités qui se rapportent à de bonnes habiletés sociales ; la gentillesse ; l'extraversion ; la sociabilité ; le leadership ; l'humour ; la confiance en soi ; le fait d'être impliquée, sont quelques qualités qui ont été nommées. De plus, la moitié (n=5) a nommé une belle apparence comme qualité requise pour qu'une femme soit populaire. Puis, certaines participantes (n=2) ont soulevé le fait de contrôler son image. Plus précisément, ce contrôle pour une image positive est spécifique aux femmes et joue sur la popularité d'une femme selon Véronique :

> La fille, ça va être plus sensible et plus facile pour elle de faire parler d'elle en mal que l'homme selon moi. [...] parce que les garçons dans notre société je trouve qu'ils sont juste jugés moins sévèrement que les filles. Je pense tout simplement aux relations sexuelles, un homme qui va avoir beaucoup de relations sexuelles c'est comme « Wow t'es *cool,* t'es bon, t'es beau, t'es capable » alors qu'une fille, ça va être du *slutshaming* pis « T'es une ci, t'es une ça » parce que, tu fais des comportements qui sont dits inappropriés, quand t'es une fille. Faque pour le gars c'est juste plus facile on dirait de manière générale, d'être populaire pis de moins se faire juger.
> *Véronique,* 21 ans (170-183)

Véronique souligne la façon de percevoir et de juger les hommes et les femmes différemment, ces dernières ayant plus de chance de se faire juger négativement. Les hommes auraient, selon elle, plus de facilité à éviter de faire parler d'eux en mal comme on peut le voir avec son exemple du double standard en regard de la sexualité. Pour ce qui est des hommes, les participantes ont ensuite nommé les qualités requises pour être populaire. Quelques qualités sont les mêmes que celles nommées pour les femmes, mais d'autres diffèrent. D'abord, de bonnes habiletés sociales (n=8) sont requises, plusieurs éléments de réponse l'illustrent, par exemple le fait d'être drôle, confiant et sympathique. La beauté a aussi été soulevée pour les hommes, par la moitié des participantes (n=5). Deux d'entre elles y ont ajouté le charisme, dont Fannie qui a aussi précisé que pour un homme, l'éventail de qualités requises pour être populaire est plus varié que celui d'une femme. Certaines participantes (n=2) ont précisé que d'avoir un bon contact avec les femmes, soit avec le style vestimentaire, ou par le fait d'être sportif, en forme, est une qualité à posséder pour qu'un homme soit populaire. Finalement, deux personnes ont mentionné le fait d'être à l'aise financièrement. Mélissa fait un portrait en reprenant ces caractéristiques.

> C'est plate à dire, mais je dirais l'argent aussi. [...] Pour qu'un gars soit populaire, j'ai des exemples de... Dan Bilzera-chose : le gars qui joue au poker et qui est très riche ? Il a la *shape*, [...] J'aurais malheureusement pas dit l'intelligence. C'est plate, mais je regarde des modèles comme ça que je désapprouve à 100 milles à l'heure, mais ce gars-là est super populaire. Il est beau, il a de l'argent. *Mélissa,* 22 ans (246-258)

5.2.4 Vécu de la popularité à l'adolescence : certaines caractéristiques permettent l'acquisition d'un statut dans l'école

D'abord, il a été soulevé que pour un peu plus de la moitié des participantes (n=6), l'importance de la popularité est davantage associée à l'adolescence et à l'école secondaire, qu'à l'âge adulte. Pour illustrer le vécu des participantes à l'adolescence en regard de la popularité, celles-ci ont décrit une amie ou une connaissance populaire à l'adolescence. Tout d'abord, presque la totalité des participantes (n=9) a parlé d'une belle apparence encore une fois. Quelques-unes parmi elles (n=2) ont précisé que la fille populaire était non seulement jolie, mais aussi désirée par les garçons.

> Elle doit mesurer 5 pieds 11. Elle était mannequin. Elle avait une poitrine d'adultes alors qu'elle avait 16 ans [...]. Tous les gars tripaient sur elle, toutes les filles se demandaient si elle avait des faux seins [...]. Ouais, vraiment, la grande rousse, blonde, brune, peu importe. C'est toujours des cheveux différents. Oui, tout le monde tripait sur elle. Oui. C'était elle.
> *Mélissa,* 22 ans (293-301)

Plusieurs participantes ont nommé le fait d'avoir de bonnes habiletés sociales (n=8) pour être populaire, comme le fait d'être drôle et divertissante ; gentille et douce ; intelligente et cultivée ; avoir du leadership. Un peu plus de la moitié des participantes (n=6) a nommé le fait d'avoir un grand cercle social comme

caractéristique d'une amie populaire à l'adolescence. Ce grand cercle s'explique par le fait d'être amie avec des gens populaires qui amène un certain statut au sein de l'école secondaire, ou le fait d'être impliquée dans plusieurs activités comme les arts ou les sports.

> Ok. Une amie populaire. Ok, en bien c'était une amie qui avait beaucoup de cercles d'amis, encore là, parce qu'elle était en [activité parascolaire], elle était avec nous à la récréation (rires). Elle avait un autre cercle d'amis dans les pauses, elle allait diner avec un autre cercle d'amis au lunch [...]. *Aurélie,* 24 ans (228-233)

Bien que certaines qualités positives ont été nommées par plusieurs, un peu moins de la moitié des participantes (n=4) a nommé que la fille populaire à l'adolescence n'était «pas forcément gentille». Une autre caractéristique nommée par certaines (n=3) est que la fille populaire venait d'un milieu aisé. Christine résume bien cette caractéristique et plusieurs autres soulevées précédemment:

> [...] c'était une fille qui était vraiment riche. Tout respirait la richesse. Et ça je trouve, surtout à l'adolescence, c'est un aimant à gens ça la richesse c'est fou. [...] et en fait surtout, elle savait qu'elle était riche, elle savait qu'elle était belle, donc partant de là, elle avait une assurance en elle [...] je pense à partir de là, elle-même a pris conscience de sa popularité, donc là c'était plus drôle, c'était, «je vais exclure les autres, je vais rire d'eux, «oh la la, la fille est mal habillée» c'était vraiment le cliché du populaire qui rejette les ploucs quoi. *Christine,* 20 ans (250-258)

Ce que souligne Christine dans l'extrait ci-haut est l'assurance, qui a aussi été soulevée par Adèle. Celle-ci explique que cette assurance vient du fait d'être consciente de sa propre popularité, de «regarder les autres de haut», de «se savoir supérieure», à cause de cette popularité. Cette assurance semble être perçue négativement et occasionner des comportements en lien avec le « bitchage ».

5.2.5 Vécu de la popularité à l'âge adulte : certaines caractéristiques permettent l'acquisition d'un grand cercle social

Pour illustrer le vécu des participantes à l'âge adulte en regard de la popularité celles-ci ont décrit une amie ou une connaissance qu'elles trouvent populaire maintenant, à l'âge adulte. Les participantes ont chacune nommé une ou plusieurs caractéristiques, parfois les mêmes que celles soulevées pour l'adolescence, avec des niveaux d'importance différents. D'abord, les bonnes habiletés sociales ont été nommées par la moitié des participantes (n=5). Parmi ces habiletés, on retrouve la gentillesse ; la sociabilité ; l'affirmation de soi.

> [...] Elle a toujours un beau sourire. C'est quelqu'un qui est tellement vrai, qui est à l'écoute des gens, qui est fine. Tu lui fais confiance de même, sur le moment. Pour vrai, tout le monde l'adore et je pense que vraiment, c'est son *sweetness*. Elle est vraiment quelqu'un de doux. Ce n'est pas quelqu'un qui va dire : « Ah, va chier, je t'aime pas » Non, non. C'est vraiment quelqu'un de toute douce. C'est vraiment contrastant, en y repensant! (rires). *Mélissa,* 22 ans (304-312)

Mélissa qui décrit la femme populaire de son entourage comme étant gentille et douce, souligne aussi le fait que cette description est «contrastante» avec celle de la fille populaire à l'adolescence. D'un autre côté, la moitié des participantes (n=5) a expliqué que la femme populaire avait un grand cercle social. Certaines ont expliqué que le fait d'être impliquée dans plusieurs activités sociales ou professionnelles amène la connaissance de beaucoup de personnes et l'acquisition d'un grand cercle social. Toutefois, un certain bémol a été ajouté à cette caractéristique, du fait que ce grand cercle social ne signifie pas nécessairement qu'elles jouissent de vraies amitiés de qualité.

> Elle connaît beaucoup de monde. C'est quelqu'un aussi qui parle à beaucoup de monde, mais sans vraiment parler d'eux, comme exemple s'intéresser aux gens comme « Aie oui salut ça va, on va prendre ton numéro » elle prend, mais elle donne pas d'informations à ces gens-là alors oui [...] elle a plein d'amis qui la textent tout le temps, mais, elle elle donne pas à cette amitié-là. *Solange,* 25 ans (361-371)

Puis, un peu moins de la moitié des participantes (n=4) a indiqué une apparence physique attirante pour décrire la femme populaire à l'âge adulte. Fait intéressant, deux d'entre elles ont dit que l'amie populaire était belle, tandis que deux autres ont décrit l'apparence physique de la femme qu'elles estiment populaire, comme attirante, mais ne répondant pas nécessairement aux critères typiques de la beauté. De plus, une autre caractéristique soulevée par trois participantes (n=3) pour décrire la femme populaire de leur entourage est le fait de contrôler son image. Ce contrôle s'exerce soit par les réseaux sociaux, soit par une certaine retenue de sa personne. Finalement, certaines personnes (n=2) n'ont pas pu donner d'exemples, expliquant que dans le milieu collégial, universitaire, ou de travail, il est plus difficile d'estimer le niveau de popularité des gens dû au fait que l'environnement est beaucoup plus grand et diversifié qu'une école secondaire.

5.2.6 Perceptions de la popularité chez les femmes sur les réseaux sociaux : outils de mesure de l'approbation de l'image et des relations

Les participantes se sont exprimées sur l'importance que prend la popularité sur les réseaux sociaux dans la vie des jeunes femmes et dans leurs relations avec les autres femmes. Elles ont élaboré leur point de vue sur ce sujet en posant que la popularité sur les réseaux sociaux se mesure au nombre et à l'importance des *likes* (n=6) (« j'aime » sur Facebook©) ou au nombre de *followers* (utilisateurs abonnés à une

page personnelle sur Instagram©). Elles sont aussi d'avis que beaucoup trop d'importance y est accordée dans la vie des jeunes femmes.

> Les *likes* c'est comme une échelle de genre popularité : plus t'as de *likes* plus t'es populaire. Pis, il y a des gens que ça leur dérange pas, il y en a que ça leur importe un peu, pis il y en a que ça importe beaucoup. J'ai une amie que les *likes* importent beaucoup pis à chaque fois que quelqu'un *like* sa photo elle me dit genre « Ah ! telle personne a *liké* ma photo ». Pis mettons un moment donné elle avait eu comme, 200 *likes* pis elle était comme « Ouais ! J'ai 200 *likes* » en tout cas (rires). La popularité est vraiment mesurée avec les « j'aime ». *Léa,* 18 ans (256-268)

De la même façon pour Instagram©, Maya explique l'importance pour certaines d'avoir un nombre d'abonnés (personnes qui suivent une page personnelle) plus élevé que d'abonnements (les pages personnelles que cette même personne suit). Ceci dit, la moitié des participantes (n=5) a indiqué que les filles accordaient trop d'importance à leur image sur les réseaux sociaux. Elles ont décrit le temps et l'énergie que certaines femmes y investissent, notamment pour répondre à l'impératif d'être belle et «en shape». Deux personnes parmi elles ont d'ailleurs mis l'emphase sur le fait que l'apparence physique prend plus d'importance que les talents en comparant la popularité d'une photo d'une fille en maillot de bain et celle d'une fille en classe, la dernière récoltant moins de *likes*. D'un autre côté, certaines participantes (n=3) ont donné l'avis que les réseaux sociaux sont utilisés pour montrer sa popularité ou ses amis, dans une optique de valorisation, de montrer une vie intéressante.

> [...] plus dans le «moi aussi j'existe et moi aussi j'ai une vie», donc c'est plus se montrer pour dire que moi aussi ma vie elle est cool j'ai l'impression. C'est être populaire pas tellement pour être populaire vis-à-vis de tout le monde, vouloir se montrer comme étant populaire, mais plus pour leur dire, vis-à-vis des autres, après dans les réseaux sociaux, moi aussi j'ai une vie *cool*, je vois un peu ça comme ça: «je m'amuse, j'ai des amis, j'ai ma petite vie». Voilà. *Christine,* 20 ans (281-286)

Trois participantes ont mis l'emphase sur le fait que les réseaux sociaux permettent une accessibilité aux personnes populaires et aux célébrités, qui sont prises en modèles. Solange précise que les réseaux sociaux offrent un accès non seulement à leur vie privée, mais aussi à leurs «trucs» pour être populaire. Celles-ci peuvent exercer une influence positive ou négative, dépendamment des modèles choisis.

5.3 L'agressivité relationnelle chez les femmes: représentations médiatiques, définition personnelle et expériences vécues à l'adolescence et à l'âge adulte

5.3.1 Perceptions des représentations des conflits entre femmes dans les médias populaires : un portrait stéréotypé, voire faussé des femmes et de leurs relations

En parlant des représentations des conflits entre femmes dans les médias populaires tels les téléréalités, films, téléséries, les participantes ont exploré plusieurs avenues. D'abord, un peu plus de la moitié des participantes (n=6) ont parlé des représentations médiatiques des conflits entre femmes en énumérant des exemples de manifestations d'agressivité relationnelle, comme révéler des secrets, faire circuler des rumeurs et parler contre une personne. Dans le même ordre d'idée, un peu plus de la moitié des participantes (n=6) ont aussi soulevé le fait que les conflits entre femmes dans les médias populaires étaient exagérés ou stéréotypés, faisant référence au « crêpage de chignon » et au «bitchage».

> Méga stéréotypé. Vraiment. Une exagération. Ce n'est pas vrai qu'on se crêpe les cheveux à la moindre occasion. Non. Je ne pense pas que des femmes adultes font ça. Moi, j'ai jamais vu ça. [...] Je pense que c'est un petit peu exagéré. C'est sensationnaliste un peu et justement, les filles dans la vraie vie, on a tendance à vouloir pas être comme ça. À être comme : « Tout est beau, tout est beau ! » *Mélissa,* 22 ans (360-376)

Mélissa souligne d'ailleurs ici que cette image est une fausse représentation des relations entre femmes adultes, et que selon elle, les femmes ont plutôt tendance à éviter le conflit. De plus, la moitié des participantes (n=5) a soulevé que les conflits entre femmes, dans les médias, tournaient autour des hommes ou d'une cause qualifiée de banale. Par exemple, Christine explique que les conflits sont illustrés par du «bitchage» lié à une femme qui reluque ou qui vole le copain d'une autre, qu'on ne «va jamais voir deux filles débattre intelligemment». Finalement, une participante a précisé une dynamique propre aux filles dans certains médias, touchant des enjeux au niveau de leur sexualité, ce qui causerait aussi le «bitchage» entre filles :

> [...] j'ai l'impression que ça touche aussi comme, des enjeux autour de la sexualité, quand elles commencent à avoir la première relation sexuelle, pis là elles le disent à des amies, des fois elles vont le dire à d'autre monde pis là elles deviennent comme *slutshamées* dans l'école, j'ai l'impression que c'est beaucoup au niveau de ça pis peut-être que, aujourd'hui c'est plus représenté avec les réseaux sociaux là. [...] j'ai l'impression que ça jouerait peut-être un plus grand rôle vu que ça reflèterait peut-être la réalité.
> *Élisabeth,* 23 ans (363-377)

5.3.2 Représentations du «bitchage» entre femmes dans les médias populaires : l'archétype de la «bitch» se caractérise par sa méchanceté

Les participantes ont décrit un exemple de femme ou de personnage qui incarne selon elles l'image de la «bitch» dans les médias populaires (films, téléréalités, téléséries). Plusieurs caractéristiques ont été nommées, décrivant un certain archétype. Selon un peu plus de la moitié des participantes (n=6), la première caractéristique de la «bitch» est d'être méchante et manipulatrice.

> Oui, ben, tsé je pense à la télésérie que je viens de commencer il y a genre LA fille qui est la capitaine de l'équipe de *cheerleaders*, qui est vraiment juste pas fine. Elle est vraiment juste méchante, pis tout fonctionne selon ses manières de penser pis si elle t'aime pas, ben *there's no way* que tu peux rentrer comme, que tu peux être proche d'elle ou être associée de quelconque manière. *Véronique,* 21 ans (330-333)

Deux d'entre elles ont toutefois spécifié que ce rôle est exagéré et stéréotypé pour divertir, qu'il ne reflète pas la réalité. Dans un autre ordre d'idées, certaines participantes (n=2) ont fait référence à des figures d'autorité féminines pour donner un exemple de «bitch» dans les représentations médiatiques, soit une femme politique mentionnée par Maya, ou alors un personnage de patronne, comme expliqué par Élisabeth, qui selon elle, est «emblématique de toute une catégorie de *bitchs* ». Une seule personne a mentionné que l'image de la «bitch» est superficielle, c'est-à-dire, selon elle, qu'elle est très maniérée, a plusieurs chirurgies esthétiques et s'occupe trop de son apparence. Enfin, une autre participante a soulevé le point que la «bitch» dans les représentations médiatiques est souvent incarnée par la fille populaire, ce qui amène selon elle un paradoxe sur la façon dont ce rôle est représenté.

> Eh bien moi je trouve ça va être la fille populaire, je trouve que c'est vraiment toujours elle, on lui colle l'image de la *bitch*, la populaire ouais. C'est drôle parce que la populaire c'est toujours ce que tout le monde veut être, mais qui est toujours représentée de façon négative aussi donc c'est un peu paradoxal je trouve. *Christine,* 20 ans (367-370)

Finalement, certaines participantes (n=3) ont dit ne pas pouvoir donner d'exemples en particulier de représentations médiatiques de l'image de la «bitch». Une d'entre elles a soulevé qu'il y a un certain mouvement de modèles de femmes adultes essayant de contrer cette image. Une autre a mentionné que bien qu'elle n'avait pas d'exemples concrets, tout le monde peut à la fois incarner la «bitch» en portant des actions négatives à l'encontre d'une personne.

5.3.3 Perceptions des conflits et du «bitchage» entre femmes sur les réseaux sociaux : un véhicule pour alimenter les conflits

Pour ce qui est des représentations des conflits entre femmes sur les réseaux sociaux, plusieurs éléments intéressants ont été relevés, éléments qui font d'ailleurs écho à l'agressivité relationnelle («bitchage») entre femmes. D'abord, un peu moins de la moitié des participantes (n=4) a rapporté que les réseaux sociaux représentent une plate-forme souvent utilisée pour insulter les gens gratuitement et anonymement.

> [...] à cause qu'elles sont derrière un écran, les gens se permettent plus donc, euh, les insultes sont plus faciles, souvent quand les filles s'insultent, elles vont vraiment atteindre leur image, tsé comme « Ben toi t'es laide » ou « T'es grosse, t'es une ci, t'es une ça », hem, donc vraiment un est aussi pire que l'autre, mais je dirais que c'est encore pire quand c'est sur Facebook ©, Instagram ©, etc. Que si elles étaient face à face en train d'avoir un conflit. *Véronique,* 21 ans (304-309)

D'un autre côté, certaines (n=3) ont expliqué que les réseaux sociaux pouvaient être utilisés comme moyen d'exclure une personne. Maya explique en quoi elle considère que les réseaux sociaux sont un véhicule pour l'agressivité entre femmes, le «nouveau type de conflits» :

> J'ai l'impression que les réseaux sociaux ça pourrit les relations clairement, j'ai l'impression que c'est la façon dont l'agressivité entre femmes, les réseaux sociaux c'est le nouveau type de conflit. [...] Par exemple, genre c'est bête, mais on va être trois à sortir et puis on sort entre copines et puis on *post* des photos sur Snapchat © on est là-bas on fait ça et il y en a une qui va dire, « Ben pourquoi vous m'avez pas invitée, c'est pas la première fois que vous oubliez de me dire de venir » [...] enfin c'est des petits trucs comme ça. *Maya,* 22 ans (387-392)

Dans le même ordre d'idées, trois personnes ont affirmé que les réseaux sociaux peuvent parfois rendre public un conflit entre deux personnes, alors qu'il devrait être partagé que par les personnes concernées. D'autres (n=2), ont mentionné utiliser les réseaux sociaux pour obtenir des informations sur une autre personne, ce qui enflamme et nourrit le conflit avec celle-ci.

> Je sais qu'il y a des gens qui utilisent les médias sociaux pour avoir des informations sur d'autres personnes. Ils vont *stalker*[2]. Ah, elles sont en chicane... « Je vais aller *stalker* telle personne » ou « Oh my god, elle a *liké* telle photo. Ça veut dire qu'elle couche avec! ». Je pense que ça va être utilisé pour se créer des théories, se crinquer chacune de son bord. Je pense que ça peut être ça. *Mélissa,* 22 ans (379-400)

Finalement, une seule personne a mentionné avoir vu des débats d'ordre intellectuel ou idéologique sur les réseaux sociaux, qui ont occasionné des conflits entre femmes.

5.3.4 Définition personnelle de l'agressivité relationnelle («bitchage») : un éventail de comportements qualifiés de communs et d'immatures

À partir des choix de réponse du questionnaire (voir Tableau 5.1), les participantes ont précisé que le « bitchage » consistait en du commérage (n=10), à faire circuler de fausses rumeurs (n=9), à dévoiler les secrets d'une autre personne (n=7), à exclure une personne (n=7), ainsi qu'à éviter une personne (n=2). Les participantes pouvaient proposer également d'autres réponses dans un espace à cet effet en cochant le choix «Autre», comme on peut voir dans le tableau 5.1.

---

[2] *Stalker* : expression populaire qui signifie de traquer le plus d'informations possibles, de façon obsessive sur une personne en explorant par exemple son profil sur les réseaux sociaux [traduction libre du Urban Dictionnary :Stalking]

Tableau 5.1 Comportements associés au « bitchage »

Items de comportements proposés dans le questionnaire	Nombre de participantes en accord avec l'item (n=10)
Faire du commérage	10
Faire circuler de fausses rumeurs	9
Dévoiler les secrets d'une autre personne	7
Exclure une personne	7
Éviter une personne	2
Autre : Être violente verbalement	1
Autre : Juger la vie d'une autre personne	1
Autre : Jalousie	1

De plus, lors de l'entrevue individuelle les participantes ont défini le « bitchage » de manière plus nuancée et détaillée, en faisant référence à plusieurs manifestations de ce qu'elles considèrent être du « bitchage ». Presque la totalité des participantes a nommé le fait de parler contre une personne négativement, et ce, à son insu.

> Euh, le «bitchage» c'est de parler inutilement d'une autre personne, de dire des trucs, juste parce qu'on est mal intentionné tsé. C'est pas nécessairement fondé qu'est-ce qu'on va amener, mais c'est de parler pour parler pour, justement parler contre une personne qu'on n'aime pas, ou qu'on veut qu'une autre personne n'aime pas. *Véronique,* 21 ans (369-372)

La moitié des participantes (n=5) a nommé le fait de faire circuler des informations privées, par exemple raconter des potins, faire circuler des rumeurs et révéler des secrets, ce qui correspond aux réponses données dans le questionnaire. Parmi elles, Élisabeth résume qu'il y a une certaine notion de confiance qui n'est pas respectée dans le «bitchage». Dans le même sens, un peu moins de la moitié des participantes

(n=4) ont défini le «bitchage» comme le fait d'être hypocrite, plus précisément, une façon de ne pas adresser un problème en face, mais plutôt de manière détournée, ou encore de «décrédibiliser l'autre personne». Le même nombre de participantes a expliqué que le «bitchage» est associé au fait de manipuler son entourage, comme Solange le souligne :

> [...] Quand ça marche pas à ta façon, tu t'arranges pour que ça marche à ta façon, tu vas, tu vas essayer de manipuler les gens, dire aux gens des affaires pour que tout concorde, pour que finalement ça, ça se soit passé comme tu voulais [....]. C'est de la petite manipulation, le petit passage par en dessous. *Solange,* 25 ans (641-655)

Outre les manifestations comportementales du «bitchage», les propos de quelques participantes (n=3) soulèvent que le «bitchage» est un phénomène commun. Aurélie explique que «tout le monde le fait», car c'est un phénomène naturel humain, qu'il est normal de juger, mais à un certain niveau. Finalement, certaines participantes (n=2) l'associent à de l'immaturité, liée à la période de l'adolescence, que les personnes qui s'y adonnent manquent donc de réflexion et de maturité selon elles.

5.3.5 Gestion de conflits et «bitchage» selon le genre : un phénomène humain plus intense chez les femmes

En comparant la gestion de conflits et le « bitchage » entre femmes et entre hommes, certaines participantes (n=3) ont nommé que les hommes «bitchent» autant que les femmes. Mélissa explique d'ailleurs que ce n'est pas seulement le fait de filles au secondaire, mais de tout le monde, homme ou femmes, surtout en milieu de travail :

> Dans le cas où, par exemple, dans une équipe de travail... qu'il y a des hommes, j'ai vu des hommes aussi «bitcher» dans le domaine de l'éducation et c'est pas plus beau. De parler de quelqu'un quand la personne n'est pas là pour se défendre [...]. Ça aussi, ça fait partie du « bitchage ». Ce n'est pas juste des petites filles au secondaire, là. C'est pas mal tout le monde.
> *Mélissa,* 22 ans (448-471)

De plus, selon quelques-unes (n=2), les motivations à «bitcher» sont les mêmes pour les femmes que pour les hommes, soit la jalousie ou «avoir besoin de se remonter soi-même, de rabaisser les autres». Finalement, deux personnes ont eu de la difficulté à faire une comparaison entre la gestion de conflits et le « bitchage » chez les hommes et chez les femmes. Une en particulier a tout de même précisé qu'il était rare de voir des représentations de « bitchage » entre hommes, ce pour quoi elle ne pouvait se prononcer davantage. Ceci étant dit, les participantes ont soulevé des particularités pour chacun des sexes concernant la gestion de conflits et le «bitchage». Pour ce qui est des femmes, trois participantes ont nommé que les femmes sont plus susceptibles et «prennent plus personnels» les commentaires, ce qui entraine des situations plus conflictuelles entre femmes qu'entre hommes. Puis, deux participantes ont rapporté que les femmes ont une intelligence émotionnelle plus développée et qu'elles sont donc plus sensibles que les hommes, amenant la capacité de blesser davantage une autre personne et d'être plus cruelles, selon leurs propos. Solange précise que selon elle, cette capacité est propre et innée aux femmes, que les hommes en seraient dépourvus. Dans le même ordre d'idées, certaines participantes ont rapporté que le phénomène du «bitchage» en est un propre aux femmes et aux milieux de femmes, une d'elles précise que selon son expérience, un milieu de travail exclusivement féminin «c'est intense» au niveau du «bitchage», comparativement à un milieu de travail majoritairement masculin. D'un autre côté, une participante a mentionné que les femmes ont besoin davantage d'approbation que les hommes, ce pour quoi elles auraient plus tendance à parler d'un conflit ou «bitcher» avec des amies, pour approuver leurs opinions et émotions, contrairement aux hommes. De plus, un

élément explicatif au « bitchage » entre femmes rapporté par certaines participantes (n=3) est la rivalité concernant l'apparence physique. Une d'entre elles a précisé que cette rivalité ne se retrouve pas nécessairement entre hommes, parce que ces derniers sont «sur le même pied d'égalité». Selon Maya, les femmes ont davantage de pression de bien se présenter que les hommes.

> Parce que les médias envoient une image de la femme très idéalisée, il y a aussi l'image idéale de l'homme, mais [...] on n'y attache pas autant d'importance on va dire [...] Il y a plus de « bitchage » chez les filles que chez les garçons parce que la fille a plus à prouver encore aujourd'hui peut-être. J'ai l'impression qu'on a plus à prouver qu'un homme [...] une fille c'est sensé faire attention à elle, c'est sensé, l'image qui est perçue de la femme, c'est l'image qu'on attend et il y a plus d'attentes d'une femme, on s'attend à ce qu'on se moule. *Maya,* 22 ans (529-541)

Dans le même ordre d'idées, la sexualité a aussi été rapportée par deux participantes comme sujet de «bitchage» entre femmes, plus précisément la réputation sexuelle d'une autre femme. Pour ce qui est des hommes, la gestion de conflit et le «bitchage» sont qualifiés différemment par nos participantes. Selon les propos de celles-ci, les hommes sont informatifs (n=3), directs et détachés (n=3). Puisqu'ils sont plus dans l'information que dans la description, l'analyse ou l'insulte, moins de détails et moins de temps sont accordés au « bitchage », comme le précise Mélissa en comparant avec les femmes :

> J'ai été témoin dans cette même gang-là (rires) ils disaient : « Ah oui, il s'est fait tromper par sa blonde et il revient avec! » Ce n'est pas un « bitchage » de comme, on va en parler pendant 4 heures et on va le détruire. Non, non, ils ne rentreront pas dans les détails comme ça. Ça va juste être comme : « Il est con. Je sais pas quoi faire avec », « Ah ok ouais, passe-moi donc une bière ». Et ça continue! Les filles, on va rester là-dessus : « Tu te souviens quand son chum a fait ça ? Il l'a trompée en plus ? Et telle affaire, telle affaire ? » On se crinque! Vraiment, les filles ensemble. Les gars, ça va juste être comme une information qui passe [...]. *Mélissa,* 22 ans (493-511)

Bien qu'implicite dans les propos des autres participantes, une seule personne a mentionné que les hommes sont «plus dans l'action et donc moins dans l'émotion que les femmes» tandis qu'une autre les a qualifiés de «plus diplomates ». Selon la moitié des participantes (n=5), le «bitchage» entre hommes serait à propos des femmes. Plus précisément, les hommes se critiqueraient entre eux selon leur capacité à avoir du succès auprès des femmes ; «se pogner une fille dans un bar» ou sur le choix de la partenaire en soi, en fonction de la réputation sexuelle de celle-ci ; « une fille qui a un passé sexuel un petit peu plus olé olé, il va s'en dire des affaires». Certaines participantes (n=3) ont nommé la situation socio-économique, le fait d'avoir de l'argent comme sujet de «bitchage» entre hommes. Aurélie l'explique en faisant référence au rôle traditionnel de l'homme :

> Je pense qu'il y a le phénomène, tu sais on dit qu'on est égalitaires et tout, mais il y a encore l'image paternelle, « J'emmène le *cash* à maison, je m'occupe de ma famille », je pense qu'il y a le côté monétaire qui rentre, aussi un peu chez les filles, mais je pense qu'il est plus présent chez les hommes encore. Dans le sens qu'ils vont «bitcher» par rapport « Ah moi j'ai du *cash*, je suis capable de sortir telle fille à tel resto, pas toi ».
> *Aurélie,* 24 ans (586-598)

Cet aspect rejoint celui que le «bitchage» entre hommes touche la masculinité, nommé par deux participantes (n=2). Plus précisément, leurs propos font référence au côté masculin que les hommes auraient besoin de prouver ; le « côté viril », ou l'aspect « mâle alpha », Adèle réfère d'ailleurs à l'insulte de «tapette» pour illustrer cet aspect de masculinité à prouver. Finalement, une seule personne a mentionné qu'un homme aurait plus tendance à « bitcher » un autre homme s'il manque de respect, de loyauté, ou alors sur sa compétence professionnelle.

5.3.6 Vécu du « bitchage » entre filles à l'adolescence : prend place autour des cliques, des conflits, et de la popularité

Les participantes ont expliqué le phénomène du « bitchage » à l'adolescence en regard de leur expérience vécue en relation avec les autres filles durant cette période. Selon leurs propos, le « bitchage » à l'adolescence se manifestait concrètement par des comportements tels que de «parler dans le dos» donc parler négativement d'une personne à son insu ; de rejeter par des «regards de dédain, faire comprendre à l'autre personne qu'elle n'est pas désirée dans son cercle d'amies » ; de rabaisser l'autre, et ce dans le but de se «sentir supérieure et prendre confiance en soi». Ceci étant dit, la moitié des participantes (n=5) a expliqué qu'il s'agit surtout d'un phénomène de groupe, prenant place dans les cercles d'amies ou « cliques de filles ». Le «bitchage» est soit autour d'un conflit, par exemple, Christine spécifie que si deux filles d'un groupe de quatre amies vivaient un conflit, les deux autres devraient se ranger d'un côté ou de l'autre ; soit pour faire sa place dans le groupe ; en être la meneuse, simplement l'intégrer ou s'y faire accepter.

> Souvent c'est quand elles sont en gang, pis que t'essaies d'impressionner. J'ai l'impression. [...] oui. Quand tu veux devenir le petit coq de la gang [...] Mais, oui souvent c'est ça. Pour impressionner ses amis, mais, les gars aussi « ah elle est donc hot », elle prend de la place, puis elle tasse les autres si on veut, pour montrer qu'elle est mieux que les autres. *Aurélie*, 24 ans (530-537)

Dans le même ordre d'idées, certaines participantes (n=2) ont exprimé que le «bitchage» à l'adolescence prenait souvent place autour d'une question de popularité, que « les non populaires «bitchent» les populaires et inversement ». Comme le souligne Aurélie dans l'extrait précédent, l'attention des garçons est aussi un élément relevé par quelques autres participantes pour décrire le «bitchage» entre filles à l'adolescence. Plus précisément, le «bitchage» se manifeste quand les «filles

commencent à penser aux gars et commencent à vouloir plaire» et qu'il en résulte un aspect compétitif, celui-ci associé au «bitchage» pour la plupart des participantes. À ce sujet, certaines (n=3) ont expliqué que le « bitchage » à l'adolescence se joue autour des rumeurs à propos des fréquentations et des comportements sexuels.

> À l'adolescence, c'est sûr que je dirais avec les rumeurs. Les rumeurs. Malheureusement [...] je trouve ça triste. Souvent, c'est en lien avec les comportements sexuels. « Ah, elle a fait ça ! J'ai entendu qu'elle a fait ça ! Penses-tu qu'elle a couché avec ? Elle a fait ça avec ce gars-là ! » Ça là, à n'en plus finir. *Mélissa,* 22 ans (473-481)

Une d'entre elles a souligné les insultes qui résultent des rumeurs sur les fréquentations et les comportements sexuels, tels que le fait de se faire traiter de « pute » et de «salope». Finalement, certaines participantes (n=3) ont soulevé que le « bitchage » à l'adolescence portait sur l'apparence physique et le style vestimentaire.

> Concrètement à l'adolescence pour moi ça va être le physique, l'apparence physique, ça va être euh, ben qui a des hanches, qui a des grosses cuisses, qui a les plus gros seins ou alors ça va être, qui porte quoi genre, qui s'habille chez, dans les plus grandes marques, qui a acheté ses chaussures au marché, ça va être ce genre de choses [...] l'apparence physique.
> *Maya,* 22 ans (456-460)

5.3.7 Vécu du «bitchage» entre filles à l'adolescence à titre d'auteures : la colère et le désir d'acceptation des autres comme moteurs à l'agressivité relationnelle

Les participantes ont raconté leurs expériences en lien avec le «bitchage» entre filles à l'adolescence. La majorité (n=8) a mentionné en avoir été auteures, donc en avoir fait subir à d'autres filles. Plus de la moitié (n=5) des participantes ayant été auteures

de «bitchage» à l'adolescence (n=8) ont dit ressentir de la colère, leurs motivations étant de se défouler ou de se venger.

> Je disais des choses pas fines parce que, elle aussi elle disait des choses pas fines, faque là on se disait des choses pas fines ensemble (rires).[...] tsé des fois c'est une manière de se défouler, pis ça, moi je pense que c'était un peu ça que je faisais, c'était comme un moyen de faire comme, de relâcher le méchant. *Léa,* 18 ans (454-460)

Quatre personnes ont mentionné qu'elles ont été auteures de «bitchage» dans le but de s'occuper, par ennui, parce que «c'est facile». D'un autre côté, la moitié des participantes (n=4) qui ont déjà été auteures de «bitchage» à l'adolescence (n=8) ont expliqué que leurs actions étaient motivées par le fait de vouloir se faire accepter par les autres, parce que tout le monde le faisait, elles le faisaient à leur tour pour «s'intégrer et se faire accepter». Elles ont mentionné une sorte d'effet d'entrainement, qui fait qu'elles produisaient ces comportements sans vraiment y réfléchir sur le coup ni considérer les impacts sur les victimes. Dans le même ordre d'idées, une seule personne a mentionné qu'une de ses motivations était de manipuler son entourage, plus précisément pour que ses amies partagent son opinion.

> Par des commentaires cachés, justement avec mes autres amies là. Comme «crime, t'as-tu vu, pourquoi c'est elle qui sort avec?». Tu commences à installer une espèce d'ambiance de haine envers cette personne qui le mérite trop pas, mais avec tes amies proches, tu essaies de les entrainer dans ton bateau; «c'est vrai que mon dieu, c'est donc moi qui est plus belle».
> *Aurélie*, 24 ans (635-642)

Deux personnes ont expliqué que le fait de «bitcher» une autre fille les faisait sentir plus forte, plus puissante sur le coup. Ceci dit, certaines ont mentionné avoir vécu un sentiment de culpabilité, autant lorsque le geste était commis envers une amie qu'une connaissance.

5.3.8 Vécu du «bitchage» entre filles à l'adolescence, à titre de victimes : tristesse et dévalorisation personnelle comme émotions vécues

Les participantes ont raconté leurs expériences en lien avec le «bitchage» entre filles à l'adolescence. Presque la totalité (n=9) a mentionné en avoir été victime. Plusieurs émotions ont été vécues à ce moment, de façon simultanée. La majorité des participantes ayant été victimes de «bitchage» à l'adolescence a mentionné avoir ressenti de la tristesse, de la peine.

> Genre, c'est pas un beau sentiment se sentir rejetée. Je pense je me sentais vraiment mal [...] je me sentais vraiment triste. C'est difficile parce que, là, tu penses que toute ta vie tout le monde va être contre toi genre [...] si tout le monde «bitche» contre toi c'est, quand t'es jeune, ben tu penses, à ce moment-là tu penses pas à plus loin, tu penses en ce moment tout le monde est contre moi, c'est la fin du monde tsé. *Adèle*, 20 ans (768-775)

Quelques-unes parmi elles ont expliqué que la victimisation a atteint leur confiance et estime, au point de douter de leur valeur personnelle. Élisabeth raconte d'ailleurs que suite à une expérience de victimisation, elle avait de la difficulté à concevoir de se créer de nouvelles amitiés, que quelqu'un pouvait s'intéresser à elle. D'un autre côté, certaines participantes (n=3) ont expliqué qu'elles avaient plutôt réagi avec de l'indifférence suite à une expérience de victimisation à l'adolescence. Parmi elles, Christine a mentionné se tenir à l'écart des auteures de «bitchage» et simplement rester avec ses amies. Aurélie quant à elle, a expliqué une remise en question suivie par l'indifférence suite au «bitchage» :

> «Regardes, clairement tu veux pas être amie avec moi, parce que mon dieu que c'est laid mes souliers, bon bien je vais aller *chiller* avec les autres personnes qui s'en foutent de mes souliers». Moi j'étais indifférente. C'est sûr que sur le coup tu fais comme «ben voyons, qu'est-ce qu'ils ont mes souliers?» Tu réfléchis, ils sont-tu correcte, ils sont-tu pas correcte? Puis là je les regardais puis j'étais comme «je les aime moi, bon c'est réglé» (rires). *Aurélie,* 24 ans (632-640)

De même, Véronique a précisé que le «bitchage» ne l'a jamais affectée, puisqu'elle avait un «fort caractère» et que lorsqu'elle entendait des rumeurs à son égard, elle allait confronter les auteures et ne se «laissait pas atteindre par cela».

5.3.9 Vécu du «bitchage» entre filles à l'adolescence à titre de victimes : entourage aidant, ressources tournées vers la dénonciation et la punition

Lorsque les participantes ont raconté leurs expériences en lien avec le «bitchage» entre filles à l'adolescence, il nous est paru essentiel d'explorer les moyens mis en place par celles-ci pour aller chercher de l'aide. Plusieurs stratégies ont été investies par les neuf participantes ayant subi du «bitchage». Un peu moins de la moitié des participantes (n=4) a mentionné ne pas avoir cherché de l'aide dans les ressources, mais ont plutôt obtenu du soutien de leurs amies lorsqu'elles ont subi du « bitchage » entre filles à l'adolescence. Ce soutien se manifestait par des conversations qui leur ont fait du bien, ou une offre d'aide explicite de la part d'amies. D'un autre côté, quatre personnes ont rapporté qu'elles avaient reçu de l'aide d'adultes de leur entourage. En effet, pour une participante, ce sont ses monitrices de camp de vacances qui ont servi de médiation entre elle et son amie lors d'un camp sportif, après avoir remarqué que les deux adolescentes étaient souvent en conflits. Pour une autre, ce sont ses parents qui ont été compréhensifs à son égard lorsqu'elle a rapporté une situation de «bitchage» qu'elle subissait à l'école; ils ont entrepris des démarches

et l'ont transférée d'école. Trois personnes ont eu recours à l'aide de professionnels de la santé ou de l'éducation. Toutefois, pour deux d'entre elles, l'aide reçue n'était pas spécifiquement pour cette situation, ou elle l'était, mais n'a pas été effective. Seulement Fannie a rapporté que les démarches entreprises ont été aidantes :

> Alors je suis allée voir ma prof après puis je lui ai dit « Regarde, moi il m'est arrivé ça pendant ce midi, puis je me suis faite vraiment harcelée verbalement » [...]. Ma prof est allée voir la directrice adjointe, elle m'a convoquée et m'a donné des cahiers de toutes les photos d'élèves avec leurs noms, tout ça. [...] je l'ai identifiée, on est allé la chercher, j'ai expliqué ce qui est arrivé, on est allé chercher mes autres amies, qui étaient avec nous [...] elle a été envoyée en retenue, je pense, une demi-journée et ses parents ont dû venir rencontrer la direction. *Fannie,* 25 ans (744-756)

Fannie a précisé que grâce à ces démarches, elle avait pu avoir un sentiment de justice, qu'il s'agissait même de la première fois qu'à l'adolescence, au secondaire, elle réalisait que de « dénoncer est possible et que de se faire insulter gratuitement n'est pas acceptable».Ceci étant dit, les ressources mises en place dans les écoles sont critiquables à certains égards selon quelques participantes (n=3) qui ont été victimes. Effectivement, selon elles, celles-ci peuvent prendre des mesures pas assez, ou trop punitives envers les auteurs. Une participante mentionne d'ailleurs que même si les écoles essaient de se munir contre l'intimidation, le problème réside dans le fait que l'auteure, ou la «bitch» se fait ensuite intimider par le système, ce qui selon elle n'est pas constructif ; «rendre justice à une souffrance en générant de la souffrance, on a tout raté en fait». De plus, les ressources peuvent ne pas viser correctement ceux qui en ont besoin ; un obstacle mentionné par une participante est le fait d'avoir des valeurs culturelles n'encourageant pas la recherche d'aide. Maya précise que dans sa culture d'origine, la recherche d'aide ne va pas de soi; si la famille et la santé se portent bien, il n'y a pas de raison assez valable pour entreprendre des démarches. Cette vision culturelle différente de la problématique explique, selon elle, son manque de motivation ou d'intérêt à aller chercher l'aide d'un professionnel à ce moment.

Finalement, un peu moins de la moitié des participantes (n=4) a mentionné une difficulté à verbaliser les émotions et le besoin d'aide, qui selon Adèle est un des défis qui accompagnent l'adolescence.

5.3.10 Vécu du « bitchage » à l'âge adulte : milieu de travail, jugements et jalousie

Les participantes ont expliqué le phénomène du « bitchage » à l'âge adulte en regard de leur expérience vécue en relation avec les autres femmes de leur entourage. Plusieurs ont d'ailleurs fait des comparaisons avec le « bitchage » à l'adolescence au niveau des qualificatifs, des manifestations, ou du contexte. D'un côté, le « bitchage » à l'âge adulte est qualifié comme plus insidieux, plus hypocrite et plus méchant, qu'à l'adolescence ; d'un autre, il est pris davantage à la légère. Pour ce qui est des manifestations, le «bitchage» à l'âge adulte est rapporté encore une fois comme le fait de parler contre une autre, de critiquer, d'avoir un conflit de valeurs ou de poser un jugement. Sur ce dernier point, Aurélie souligne que la majeure différence entre le «bitchage» à l'adolescence et à l'âge adulte, c'est le fait de juger chez les adultes, plutôt que de rabaisser chez les adolescentes. Ceci étant dit, le «bitchage» à l'âge adulte prend place en milieu de travail, selon un peu moins de la moitié des participantes (n=4). Elles pointent le fait de critiquer la compétence ou la performance de collègues, l'une d'elles explique qu'il s'agit de «non-dits qui sont jamais vraiment exprimés, jamais à la bonne personne». Le «bitchage» en milieu de travail peut aussi tourner autour de la façon de se présenter en tant que professionnelle.

> Plus dans le sens elle est habillée trop sexy pour traiter. Mais ça c'est plus mon domaine à moi [santé physique], mais ça peut tomber là-dedans le bitchage comme «voyons tu l'as tu vue, on lui voit la craque de boules quand elle se penche, elle fait ça pourquoi, pour avoir plus de clientèle d'hommes?». Ça peut aller là-dedans. *Aurélie* 24 ans (560-566)

D'un autre côté, certaines participantes (n=3) ont soulevé que le « bitchage » entre femmes à l'âge adulte s'adonne plutôt lors de soirées entre amies. L'une d'elles donne l'exemple d'une sortie au restaurant d'un groupe d'«amies de fille», où les conversations tendent vers le «bitchage». Dans ce contexte, il s'agit davantage de juger les choix de vie d'une autre femme de l'entourage, autour de valeurs partagées. Mélissa fait d'ailleurs la comparaison à ce propos avec le «bitchage» à l'adolescence.

> Plus par rapport à des valeurs, des choix de vie. Comme je disais tantôt : « As-tu vu? Elle s'est acheté un char, mais elle chiale qu'elle n'est pas capable de sortir prendre un verre avec nous autres. Ça n'a pas d'allure ». C'est plus par rapport à ça. Ou : « Elle est enceinte? Ha ouin? Hahaha » Ce n'est pas un bitchage de : « As-tu vu ses cheveux? C'est assez laid! Et nanana » Là, je suis plus rendue dans les choix de vie. [...] C'est méchant pareil, mais c'est plus... à la légère, en humour, en ... « As-tu vu telle personne... ? » c'est un *running gag* que cette personne-là, on sait toutes qu'elle fait des mauvais choix de vie. (rires). C'est plus dans ce sens-là. *Mélissa* 22 ans (678-686)

5.3.11 Vécu du «bitchage» à l'âge adulte, à titre d'auteures: la colère, la jalousie et des conflits de valeurs comme moteurs à l'agressivité relationnelle

Les participantes ont raconté leurs expériences en lien avec le «bitchage» entre femmes à l'âge adulte. La majorité (n=8) a mentionné en avoir été auteures. Plusieurs motivations ont accompagné ces expériences chez nos participantes. Comme à l'adolescence, le défoulement est la première motivation, nommé ici par presque la

totalité (n=7) des femmes en ayant été auteure (n=8). Adèle compare ici avec l'adolescence.

> Défoulement. Pas vraiment, ce n'est plus le côté puissance aujourd'hui. Plus vraiment se défouler. Faque heu, je pense qu'une journée je vais aller moins bien ben, je vais être plus fâchée contre toute faque j'aurai peut-être plus tendance à «bitcher» là. [...] Je pense juste des fois c'est que t'es pas bien faque tu projettes sur les autres. *Adèle,* 20 ans (1040-1052)

Dans le même ordre d'idées, certaines participantes (n=2) ont mentionné qu'elles avaient «bitché» à l'âge adulte dans le but de se comparer aux autres, lorsqu'il prend place en milieu de travail, par exemple comparer ses propres techniques et sa compétence à celle des autres. Deux autres personnes ont expliqué qu'elles pouvaient «bitcher» pour simplement se divertir, ou détendre l'atmosphère avec des amies.

> Comme je disais, d'alimenter la discussion. On n'a rien à dire, on pourrait parler de ça. Il me semble que ça fait longtemps qu'on n'a pas «bitché» sur elle. (rires). On a toutes des problèmes dans nos vies, c'est vraiment *rough*, c'est lourd des fois. Des fois, je dis: « On parle-tu d'elle? Ça l'air qu'elle a un autre bébé!» Ouin. Je pense que des fois, ça permet de ... pas rire du malheur des autres, c'est vraiment chien, je vais aller en enfer pour ça! (rires). Oui, ça peut être ça. *Mélissa,* 22 ans (672-690)

Ceci étant dit, les participantes qui ont dit avoir «bitché» à l'âge adulte (n=8) ont soulevé plusieurs émotions qui motivent et accompagnent ces expériences. Les émotions qui ont été nommées sont la colère (n=5) et la jalousie (n=3). Plus de la moitié (n=5) des femmes qui ont été auteure (n=8) ont dit avoir ressenti de la colère lorsqu'elles ont «bitché», encore une fois ici, causée par un conflit de valeurs, un désaccord quant aux choix de vie de la personne visée. Fannie explique son désaccord face à une connaissance qui a décidé de participer à une téléréalité :

> C'est une femme qui est pleine d'intelligence. Mais est-ce que montrer ton cul à la télé c'est la meilleure façon de montrer aux gens ce que t'as dans la tête? C'est ça qui m'a fâchée. C'est ça qui m'incite à laisser sortir le méchant, ça c'est mon bitchage. Mais c'est un bitchage qui est constructif. [...] Et moi tout ce que les filles, les femmes font de façon inconsidérée et inconsciente, qui vont affecter le reste de leur vie [...] je veux croire qu'on est une société ouverte, mais il y a juste, il y a des règles quoi. [...] C'est ça qui me révolte c'est quand je vois des femmes qui pensent qu'à leur gueule quoi.
> *Fannie* 25 ans (890-949)

Comme on peut le voir, la révolte de Fannie est motivée par un désaccord au niveau des choix de vie d'autres femmes, qui ne correspondent pas à ses valeurs et qui viennent briser certaines «règles» importantes pour elle. Elle souligne que ces «choix inconscients» auront des répercussions graves sur la carrière et les enfants de ces femmes. D'un autre côté, trois participantes ont dit avoir «bitché» à l'âge adulte par jalousie, soit sans raison précise, par rapport à la performance, ou l'apparence physique.

> La jalousie, quelque chose qu'on ne pourra pas avoir qu'elles ont [...] quand je vois des filles en soirée qui ont juste un haut transparent sans rien en dessous moi je suis comme wow bravo, (rire) enfin j'en parle à mes copines je leur dis «wow tu as vu elle a osé blablabla», mais heu je me dis je me dis wow la pauvre elle va s'attirer les regards de tout le monde, tout le monde va parler hum, mais ouais peut-être un peu d'envie quand même parce que je me dis que moi j'oserais pas mettre ce genre de chose donc j'imagine qu'il y a un peu d'envie. *Maya,* 22 ans (790-803)

5.3.12 Vécu du «bitchage» à l'âge adulte, à titre de victimes : sentiment de trahison et déception

Les participantes ont raconté leurs expériences en lien avec le «bitchage» à l'âge adulte. La majorité (n=7) a mentionné en avoir été victime. Plusieurs émotions à la

fois ont été vécues. Trois personnes ont rapporté s'être senties trahies après avoir été victimes de «bitchage» à l'âge adulte.

> C'est vraiment dégueulasse. Comme trahie un peu? Moi je fais confiance aux gens, vraiment très facilement. De dire après ça, « elle, quand je vais la voir, je vais me méfier... » Et c'est pas le fun, parce que je pensais que ça allait bien avec cette personne-là. Mais là, tu as un problème et tu ne le savais même pas. C'est un peu comme... c'est dégueulasse, c'est pas le fun à se sentir comme ça. Quand tu te fais «bitcher», c'est... tu ne le sais pas. Personne n'ose se le dire en pleine face. Quand tu le sais, c'est par quelqu'un qui n'a même pas rapport. *Mélissa,* 22 ans (580-590)

Certaines (n=3) ont dit avoir été déçues de la personne qui en était auteure, ou déçues de la situation. Puis, deux personnes ont mentionné ressentir de la frustration contre la personne qui était auteure de «bitchage» à leur endroit. Enfin, deux personnes ayant vécu une situation en tant que victime de «bitchage» à l'âge adulte ont mentionné avoir y été indifférente. Une a souligné y avoir toujours été indifférente, et l'autre a expliqué avoir décidé d'être indifférente, suite à plusieurs émotions vécues.

> Au début j'étais triste, puis j'étais comme un peu fâchée [...] Mais après ça je me suis dit tu sais quoi, si elles ont juste ça à faire là, faites-le! Moi ça m'empêche pas de vivre là. C'est vous autres là qui dépensez de l'énergie à parler contre moi. Moi mon énergie je la mets ailleurs. Et moi je vais continuer ma vie. *Solange,* 25 ans (782-797)

5.3.13 Vécu du «bitchage» à l'âge adulte, à titre de victimes : stratégies adoptées et facteurs de protection tournés vers l'adoption d'une attitude positive et l'authenticité

Lorsque les participantes ont raconté leurs expériences en lien avec le «bitchage» entre femmes à l'âge adulte, il nous est paru important d'explorer les moyens mis en

place suite à une expérience de victimisation en lien avec le «bitchage». Pour les participantes ayant été victimes (n=7), aucune n'a eu recours à de l'aide de professionnels, elles ont plutôt reçu de l'écoute et des conseils d'ami(e)s, d'un copain ou de collègues, ou ont elles-mêmes adopté une attitude différente pour ne plus se laisser atteindre par le «bitchage». Quoi qu'il en soit, les conseils reçus ou les stratégies adoptées sont dirigés d'une part vers l'importance de se distancier des personnes et des situations négatives, ainsi que l'importance de rester authentique à soi-même et à ses valeurs.

> C'était pas de l'aide directe, comme « viens, on va aller régler le conflit ». Non, vraiment pas. C'était plus des gens qui m'ont dit: « Regarde, focus sur les personnes qui te font du bien » [...]. Ces gens-là m'ont vraiment dit de rester moi-même et de focuser sur les personnes qui sont positives et qui ne font pas de «bitchage», c'est-à-dire des gens honnêtes. Je pense que c'est un petit peu comme ça que je m'en suis sortie. *Mélissa,* 22 ans (585-590)

Solange précise d'ailleurs que le détachement requis est plus facile à faire à l'âge adulte qu'à l'adolescence puisque selon elle, la quête d'identité propre à l'adolescence ne transcende plus les relations comme elle le faisait à cette période. Véronique fait d'ailleurs référence à la connaissance de soi comme pilier pour ne pas se laisser atteindre par le «bitchage».

> Honnêtement, je me connais, pis je sais c'est qui mes amis, je sais que je suis une personne à mon affaire, donc autant au niveau professionnel, que mes études et tout, j'ai pas besoin de me prouver à personne.
> *Véronique,* 21 ans (602-607)

Finalement, il est pertinent de souligner que les trois personnes qui ont dit ne pas avoir été victimes de «bitchage» à l'âge adulte, ont expliqué que ce qui les garde à l'écart du «bitchage» est qu'elles s'entourent de personnes honnêtes en qui elles ont confiance, et restent authentiques à elles-mêmes, peu importe si cela plait ou non.

Christine explique d'ailleurs que «quand tu établis que tu t'en fous des autres, c'est là où, tout le monde voit que t'es plus une bonne cible».

5.3.14 Vécu du «bitchage», tous âges confondus : expériences communes et partagées par les femmes

Les résultats du questionnaire que les participantes ont rempli en début de rencontre ajoutent aux résultats obtenus en entrevue. Ainsi, on constate que toutes ont déjà été dans la position d'auteure ou de victime de «bitchage» à un certain moment de leur vie. En effet, l'ensemble des participantes (n=10) a dit avoir déjà « bitché » une autre femme ou un autre groupe de femmes (voir Tableau 5.2). Pour ce qui est de la fréquence, plus de la moitié ont coché «parfois» (n=7). Les participantes ont sélectionné que la personne visée était pour la majorité une connaissance (n=8) ou une amie (n=5). Puis, elles ont « bitché » au sujet ; du comportement (n=9), suivi par le style de vie (n=6) et les valeurs (n=5).

Tableau 5.2 Vécu «bitchage» tous âges confondus : expériences en tant qu'auteure à l'endroit d'une ou de plusieurs femmes

Items proposés	Nombre de participantes (n=10)
Fréquence d'agression	
Très souvent	0
Souvent	2
Parfois	7
À l'occasion	1
Jamais	0
Relation avec celle qui en était victime	
Amie(s)	5
Membre(s) de la famille	3
Connaissance(s)	8
Amoureuse(s)	0
Fréquentation(s)	2
Inconnue(s)	4
Sujets associés au «bitchage»	
Comportements	9
Valeurs	5
Sexualité	1
Apparence	3
Intérêts	1
Famille	0
Style de vie	6
Autre : choix de vie	1

D'un autre côté, l'ensemble des participantes (n=10) a coché avoir déjà subi du «bitchage» au cours de leur vie et ce, peu importe l'âge (voir Tableau 5.3). Pour ce qui est de la fréquence, la moitié d'entre elles (n=5) a coché en avoir subi souvent. Les participantes ont rapporté que la femme qui leur a fait subir du «bitchage» était une amie (n=8) et une connaissance (n=7). Les sujets les plus souvent associés au « bitchage » et rapportés par le plus grand nombre de participantes sont : l'apparence (n=7), le comportement (n=5) et les intérêts (n=5).

Tableau 5.3 Vécu «bitchage» tous âges confondus : expériences de victimisation de la part d'une ou de plusieurs femmes

Items proposés	Nombre de participantes (n=10)
Fréquence de victimisation	
Très souvent	0
Souvent	5
Parfois	3
À l'occasion	2
Jamais	0
Relation avec la femme qui faisait subir	
Amie(s)	8
Membre(s) de la famille	3
Connaissance(s)	7
Amoureuse(s)	0
Fréquentation(s)	1
Inconnue(s)	1
Sujets associés au «bitchage»	
Comportements	5
Valeurs	1
Sexualité	3
Apparence	7
Intérêts	5
Famille	1
Style de vie	4
Autre	0

CHAPITRE VI

DISCUSSION

Cette recherche exploratoire est structurée à partir de trois objectifs ; 1) explorer les perceptions de jeunes femmes des relations entre femmes présentées dans la culture populaire, en regard de l'amitié, de la popularité et de l'agressivité relationnelle («bitchage») (A-P-AR) ; 2) explorer les perceptions et le vécu des participantes quant à leurs relations entre femmes à l'adolescence et à l'âge adulte en regard de l'amitié, de la popularité et de l'agressivité relationnelle («bitchage») (A-P-AR) ; 3) explorer les perceptions de jeunes femmes sur les différences de genre concernant l'amitié, la popularité et l'agressivité relationnelle («bitchage») (A-P-AR). Les éléments de discussion arrimeront donc les résultats entourant ces objectifs et le contenu empirique et théorique présenté précédemment. Ce faisant, il nous sera possible de répondre à l'objectif principal d'explorer les perceptions des jeunes femmes âgées entre 18 et 25 ans sur la place de l'agressivité relationnelle dans les relations entre femmes, et ses liens avec l'amitié et la popularité. L'analyse des données a été faite dans une approche féministe constructiviste et à partir de la théorie des scripts sexuels de Simon et Gagnon (1986), permettant une analyse à plusieurs niveaux, soit intrapsychique, interpersonnel et culturel.

6.1 La culture populaire ancrée dans une vision stéréotypée et hétéronormative des relations entre femmes en regard de l'amitié, de la popularité et de l'agressivité relationnelle («bitchage»)

Précisons d'abord que les représentations des femmes et de leurs relations dans les médias populaires, tels les films, les téléséries, et les téléréalités sont perçues plus négativement que positivement par nos participantes, puisqu'elles ne reflètent pas leur réalité. Effectivement, nos participantes ont soulevé que les relations entre femmes dans les médias populaires sont stéréotypées, superficielles, exagérées, et gravitant autour des hommes ; et ce, que ce soit dans les activités que les femmes font ensemble, leurs sujets de conversations ou leurs conflits. Ce constat fait écho au biais de genre bien présent dans les médias populaires mis en lumière par le Test de Bechdel (1985) et des recherches s'appuyant sur un corpus important de données médiatiques (Agarwal et coll. 2015 ; Garcia et coll., 2013). Effectivement, les propos de nos participantes pointent la même tendance relevée par une analyse de scénarios de 457 films populaires ; celle de représenter les histoires autour de l'intérêt pour les hommes, à mettre les femmes en scène comme personnages moins importants, périphériques aux hommes et dépendantes de ceux-ci (Agarwal et coll., 2015). Ce biais de genre résultant d'une fiction créée et consommée par une société dominée par les hommes et le masculin (Agarwal et coll., 2015 ; Friedan, 2001), met en lumière l'hétéronormativité (Valocchi, 2005) qui traverse les relations entre femmes dans la culture populaire. De plus, bien que quelques nuances soient apportées, les amitiés féminines dans les représentations de la culture populaire sont qualifiées, par nos participantes, de toxiques ; d'«hypocrites», de «difficiles», présentant une image négative des femmes et de leurs relations ; nos participantes font référence au « crêpage de chignons » et au potinage pour décrire les représentations des conflits entre femmes. Il y a donc lieu de constater non seulement une association entre amitiés féminines et conflits, mais aussi entre conflits et «bitchage»; comme si les conflits entre femmes ne pouvaient que se manifester, voire se conclure par du

«bitchage». Cette surreprésentation peut être considérée comme un stéréotype sexiste, puisqu'elle contribue à une généralisation et un cliché au sujet des relations entre femmes (Descarries et Mathieu, 2009). On peut soulever que des scripts culturels (Simon et Gagnon, 1986) hétéronormatifs et stéréotypés dans les représentations médiatiques des amitiés entre femmes sont notables dans les propos de nos participantes.

Ceci étant dit, la popularité et l'agressivité relationnelle semblent aller de pairs lorsqu'il est question de relations entre femmes dans les médias populaires, puisque la fille populaire et la «bitch» sont décrites par des archétypes similaires. D'abord, l'archétype de la fille populaire dans les médias démontre que la popularité est accordée à celle qui correspond à une image idéale de beauté féminine, qui suscite l'envie, mais qui est considérée méchante par les autres, puisqu'elle a recours à des comportements d'agressivité relationnelle ; caractéristiques relevées à maintes reprises dans la littérature au sujet de la popularité (Currie et coll., 2007 ; De Bruyn et coll., 2012 ; Duncan et Owens, 2011 ; Hains, 2009 ; Lansu et Cillenssen, 2012 ; Lebreton, 2009). L'archétype de la fille populaire est aussi associé à un monde stéréotypé et adolescent selon nos participantes, une d'elle faisant d'ailleurs mention de l'image typique de la «meangirl». Cette notion fait écho au discours de la «meangirl» relevé par plusieurs critiques féministes, apparu avec l'emphase mise sur les adolescentes dans la culture populaire nord-américaine depuis les années 1990, et qui domine actuellement le discours sur les jeunes filles et leurs relations (Beals, 2014 ; Bethune et Gonick, 2017 ; Ringrose, 2008). Dans le même ordre d'idée, la fille populaire est aussi décrite comme n'ayant pas d'amitiés authentiques et pouvant s'incarner par l'archétype de la «bitch». Effectivement, l'archétype de la «bitch» dans les médias populaires, relevé par les participantes de notre étude, est décrit comme une fille méchante et manipulatrice, populaire et superficielle, ce qui fait aussi écho à l'agressivité relationnelle aux caractéristiques relevées par les recherches sur les

représentations médiatiques des relations entre femmes (Behm-Morawitz et Mastro, 2008 ; Jackson et Vares, 2015). Mentionnons toutefois qu'il a été soulevé par une participante que l'archétype de la «bitch» dans les médias populaires peut représenter une figure d'autorité féminine,[3]ce qui ne semble pas avoir été relevé explicitement par d'autres auteurs concernant la culture populaire, mais bien intéressant de pointer pour notre recherche. La similarité entre les archétypes médiatiques de la «fille populaire» et de la «bitch» par le fait d'être considérée comme méchante par les autres filles, rejoint aussi le lien entre popularité et agressivité relationnelle ; les comportements d'agressivité relationnelle étant utilisés pour atteindre la popularité, ou un statut social, lien notamment établi par Behm-Morawitz et Mastro (2008) après une analyse de contenu des représentations de genre dans 20 des films les plus populaires auprès des adolescents. En somme, ces archétypes de la «fille populaire» et de la «bitch» représentés par les médias semblent paradoxaux et nous renseignent sur la façon dont les femmes et leurs relations sont représentées dans les médias populaires. Selon les propos de nos participantes, la popularité dans les médias populaires est décrite comme prisée par les jeunes femmes, qui ne peut pas être accordée à toutes, mais bien seulement à celles qui correspondent à une image de l'idéal féminin, qui nécessite une constante négociation, elle est donc atteinte et maintenue en usant d'agressivité relationnelle avec les autres filles.

Puisque le statut social offert par la popularité amène un certain pouvoir, il est possible de croire que ces archétypes incarnent des scripts culturels (Simon et Gagnon, 1986) négatifs quant aux femmes ayant du pouvoir. Le constat de Duquet (2005, p.115) posant que «le statut social n'est plus seulement défini par la richesse et le pouvoir, mais aussi par l'apparence» prend son sens ici. On peut aussi faire un parallèle avec l'idéologie du *Girl Power* voulant que le pouvoir, qui peut s'incarner

[3] La participante a fait référence au personnage de patronne exigeante et cruelle Miranda Priestly, rédactrice en chef du magazine de mode *Runway* dans le film *The Devil wears Prada* paru en 2006, réalisé par David Frankel

par le statut de « populaire », soit revendiqué ou célébré, mais à travers la féminité (Hains, 2009), et l'apparence physique (Lebreton, 2009). Ceci dit, Lebreton (2009) met l'emphase sur le fait que le *Girl Power* peut inciter les jeunes filles à se considérer comme rivales ; ce que l'on constate dans la description de nos participantes des archétypes de filles populaires et de «bitch» qui s'avèrent fort semblables. Le principe d'injonction à l'agentivité soulevé par Bay-Chang (2015) comme variable transversale au continuum vierge-putain est aussi intéressant à mobiliser pour comprendre les résultats concernant les archétypes de la fille populaire et de la «bitch», décrites par nos participantes. Plus précisément, il semble que ces archétypes représentent le résultat d'une négociation et validation de la féminité, la sexualité et l'agentivité ; les jeunes femmes dans les médias populaires se jugent entre elles, en contrastant leurs propres comportements à celui des autres pour atteindre un statut de popularité (Guendouzi, 2001 ; Bay-Cheng, 2015). D'ailleurs, une participante a mentionné que le «bitchage» entre filles dans les représentations médiatiques pouvait être en lien avec la sexualité, résultant en du «slutshaming» entre filles.

Finalement, selon nos participantes, les relations entre femmes représentées par les médias populaires ne représentent pas leur réalité, puisque toxiques, stéréotypées, tournant autour des hommes, et ponctuées d'agressivité relationnelle tant dans les conflits que dans l'instrumentalisation pour une recherche de popularité, de statut social. La façon de mettre en portrait les femmes et leurs relations de manière biaisée par la culture populaire avait déjà été soulignée par O'Connor (1992) il y a de cela plus de 25 ans, puis démontrée plusieurs fois depuis, par maintes recherches se penchant sur le sujet (Agarwal et coll., 2015 ; Aubrey et Frisby, 2011 ; Behm-Morawitz et Mastro, 2008 ; Lampron, 2012 ; Lebreton, 2009 ; Marquis, 2014 ; Waldron, 2011). Bien que des exemples positifs de représentations des femmes et de leurs relations soient présents dans la culture populaire (Bailey, 2003 ; Saint-Martin

et Gibeau, 2012 ; Vesey, 2016), et qu'il ait été mentionné par une participante qu'un mouvement voulant aller à l'encontre de cette image est notable, il semble qu'une vision stéréotypée et hétéronormative des femmes et de leurs relations soit encore omniprésente dans la culture populaire. Cette réflexion fait continuité avec celle des intellectuelles féministes qui posent qu'un travail de dévalorisation à travers l'histoire, dans la société patriarcale, a contribué à rendre tabou ou suspect le lien féminin, créant un renforcement de la dépendance des femmes envers les hommes (Lampron, 2012 ; O'Connor, 1992 ; Rose, 2000). Puisque les scripts culturels guident et instruisent sur les rôles spécifiques à jouer au niveau de la vie collective (Simon et Gagnon, 1986), il semble que ceux fournis par les médias populaires à propos des relations entre femmes soient encore biaisés, car stéréotypés, et construits autour et à propos des hommes (Agarwal et coll. 2015 ; Garcia et coll., 2013). L'exploration des perceptions personnelles et du vécu des participantes est alors impérative pour considérer l'interaction des scripts culturels, intrapsychiques et interpersonnels afin de bien comprendre les relations féminines.

6.1.1 Les réseaux sociaux : une nouvelle dimension pour penser les relations féminines en regard de l'amitié, de la popularité et de l'agressivité relationnelle

Comme il a été soulevé précédemment, les barrières entre les sphères privées et publiques sont floues, phénomène attribuable à la privatisation de l'espace public par le phénomène de l'hypersexualisation sociale et la publicisation de l'espace privée via les réseaux sociaux (Duquet et Quéniart, 2009 ; Poulin, 2009 ; Stefanone et coll., 2010 ; Tisseron, 2011). Tel que précisé par Niland et ses collaborateurs (2015), suite à une étude réalisée auprès de 26 femmes et 25 hommes, les réseaux sociaux contribuent à un changement dans la conceptualisation et la signification de l'amitié, surtout chez les adultes âgés de 18 à 25 ans, qui ont grandi avec Facebook©. Les

résultats de notre étude nous offrent plusieurs indications pour soutenir que les réseaux sociaux représentent une nouvelle plate-forme pour penser et analyser les relations féminines, et ce, en regard de l'amitié, de la popularité et de l'agressivité relationnelle («bitchage»). D'ailleurs, nos participantes ont soulevé le fait que les amitiés présentées sur les réseaux sociaux mettent trop d'emphase sur l'image et sont une mise en scène de soi. Ce constat rejoint celui soulevé par la même recherche, selon lequel les réseaux sociaux sont utilisés pour exprimer et montrer sa personnalité et ses amis (Niland et coll., 2015).

Ensuite, la popularité sur les réseaux sociaux se mesure aux nombres de «*likes*», élément qui possède une trop grande importance dans la vie des jeunes femmes selon nos participantes. Cette importance du nombre de «*likes*» et des abonnés («*followers*») démontre le besoin d'approbation rapporté par Currie et coll. (2007) à l'adolescence et la recherche de statut pour les adultes émergents (Lansu et Cillenssen, 2012), puisqu'il semble être un indicateur de choix pour gagner en popularité. Plus précisément, le nombre de «*likes*», et d'«amis» ou abonnés («*followers*») peut refléter à la fois la popularité sociométrique, associée à l'amabilité et la popularité consensuelle; qui elle-même est associée à la visibilité sociale (De Bruyn, et Cillessen, 2006). Encore ici, c'est la beauté et le fait d'être sexy qui apporte plus de «*likes*» chez les jeunes femmes, reflétant les mêmes scripts culturels à l'œuvre par rapport à l'image de la féminité (Descarries et Mathieu, 2010). Finalement, l'importance du nombre de «*likes*» et d'abonnés peut aussi refléter le constat de Stefanone et coll. (2010) à l'effet que la recherche d'un nombre élevé d'«amis» ou d'«abonnés» sur les réseaux sociaux reproduit en quelque sorte une recherche de célébrité. Ceci étant dit, l'étude de Niland et coll. (2015) soulève que les réseaux sociaux sont utilisés pour se connecter avec des personnes qui semblent être «cools» ou populaires ; certaines de nos participantes ont mentionné que les réseaux sociaux permettent une accessibilité aux personnes populaires, voire célèbres, leur

quotidien, et surtout leurs «trucs» pour gagner en popularité. Cet élément rejoint l'étude de Stefanone et coll. (2010) qui pose que les réseaux sociaux sont un espace où il y a représentation de popularité, mais aussi où il est possible de devenir soi-même populaire, avec le nombre de «*likes*» ; une sorte d'espace de consolidation entre les représentations médiatiques et les relations réelles, fortement médiatisées (Stefanone et coll., 2010). En d'autres mots, il s'agit aussi d'un espace où il y a consolidation des scripts culturels, intrapsychiques et interpersonnels (Simon et Gagnon, 1986). Enfin, il a été mentionné précédemment que le manque de littérature au sujet de la place de la popularité chez les jeunes adultes est dû principalement à une difficulté d'investiguer sur le sujet à l'extérieur du cadre qu'offre l'école secondaire (Lansu et Cillessen 2012). Grâce aux éléments soulevés par notre étude, il est possible de se demander si les réseaux sociaux à l'âge adulte ne jouent pas un rôle de cadre de référence en ce qui concerne la popularité, le statut social, au même titre que l'école secondaire à l'adolescence.

Finalement, les réseaux sociaux sont vus comme source potentielle de conflits, voire du «nouveau type de conflits» par les participantes, ce qui est aussi un élément qui se retrouve dans les recherches (Niland et coll., 2015 ; Steeves, 2014). Plus précisément, Niland et ses collègues (2015) parlent du fait de partager des photos d'évènements qui peuvent être vus par des amis qui n'ont pas été invités à ce même événement, même exemple relevé par trois de nos participantes qui rapportent que les réseaux sociaux peuvent être utilisés pour exclure quelqu'un. De plus, il a aussi été relevé par nos participantes que les réseaux sociaux offrent une plate-forme pour les insultes gratuites, rendent un conflit personnel public et peuvent enflammer un conflit, éléments qui font d'ailleurs écho à l'agressivité relationnelle entre femmes («bitchage») (Agence de Santé publique du Canada, 2006 ; Goldberg, 2009 ; Tel-Jeunes, 2012). On peut en déduire que les réseaux sociaux semblent moins un véhicule pour les représentations de conflits entre femmes qu'un outil pour de réels

comportements d'agressivité relationnelle («bitchage») entre elles, ce qui suit la même logique que celle de Stefanone et ses collègues (2010), selon laquelle l'utilisateur est consommateur, ou spectateur, mais aussi producteur du contenu et des communications que l'on y retrouve. D'un autre côté, cette même notion de producteur de contenu peut être un pivot intéressant pour l'intervention ; il a été explicité par une participante que les réseaux sociaux sont un reflet de sa propre communauté ; dans son cas la mobilisation féministe y est très présente et est source de soutien. Comme la plateforme multimédia «BITCH : Feminist response to pop culture», (Bailey, 2003 ; Vesey, 2016) les réseaux sociaux pourraient être utilisés comme outil d'éducation critique à la littératie numérique, à la culture populaire, et au renforcement d'une communauté féministe.

6.2 L'amitié féminine et la conjugaison des représentations médiatiques, de la définition personnelle et de l'expérience vécue à l'adolescence et à l'âge adulte : une évolution notable des relations et de leurs significations dans la vie des femmes

Il est intéressant de soulever que malgré des scripts culturels stéréotypés et hétéronormatifs concernant les relations entre femmes dans la culture populaire, les scripts intrapsychiques et interpersonnels de l'amitié dans la vie des femmes interrogées en sont tout autres. Effectivement, l'amitié entre femmes est perçue et vécue comme étant multidimensionnelle ; ludique, affective, conditionnelle au partage de valeurs et à la compatibilité, rejoignant la conceptualisation de Wiseman (1986) comme quoi la relation d'amitié génère une structure qui lui est propre. Cette structure agit donc en scripts intrapsychiques puisqu'elle coordonne la vie mentale et le comportement social (Bozon et Giami, 1999 ; Simon et Gagnon, 1986). Toutefois, cette structure semble colorée par des normes de genre et des stéréotypes sexuels; reliant les femmes au domaine de l'affect et les hommes à celui de l'action, du

rationnel (Descarries et Mathieu, 2010). La croyance dénotée par Walker en 1994, selon laquelle les amitiés féminines et masculines sont essentiellement différentes, est un stéréotype très répandu, mais semble encore présente à ce jour. Selon certaines participantes, les amitiés homme-femme et hommes-hommes sont simples, parce que les hommes sont diplomates et directs, tandis que les amitiés entre femmes sont plus complexes et conflictuelles, parce que les femmes sont plus émotionnelles ; susceptibles et sensibles, selon elles. Il est intéressant de souligner que malgré la définition de l'amitié féminine beaucoup plus nuancée que nos participantes ont donné, lorsque cette définition est comparée à celle de l'amitié masculine, une vision beaucoup plus différentialiste est présente, les positionnant aux extrémités l'une de l'autre, les qualifiant de manière essentialiste. À la lumière de ces résultats, il est possible de faire des liens avec la construction sociale des catégories de sexe (Descarries et Mathieu, 2009), l'apprentissage et l'intériorisation des définitions et représentations de la masculinité et de la féminité venant teindre de façon stéréotypée leur définition beaucoup plus nuancée de l'amitié féminine. Enfin, la théorie des scripts sexuels (Simon et Gagnon, 1986) suggère que les scripts interpersonnels et intrapsychiques sont des influences importantes sur le comportement lorsque les scripts culturels sont discordants de la situation que les individus affrontent (Simon et Gagnon, 1986 ; Rose, 2000). Le vécu des participantes en regard de l'amitié à l'adolescence et à l'âge adulte nous permet de mieux comprendre cet aspect.

Les résultats de notre étude vont dans le même sens que Wiseman (1986) qui avance que la structure et la culture des relations d'amitié changent et évoluent avec l'âge. Selon les propos de nos participantes, l'impératif de créer de nouvelles amitiés et d'appartenir à un groupe module les relations à l'adolescence. Ces résultats témoignent d'ailleurs de la place importante de l'affiliation et l'acceptation des autres filles dans la construction de l'identité des filles soulignée par Crothers et ses collègues (2005), celles-ci motivant même des comportements de «bitchage» pour se

faire accepter, ou l'entretien et le maintien de relations «difficiles». En effet, quelques participantes relatent la présence de manipulation et de «bitchage» dans leurs amitiés à l'adolescence, ce qui correspond à la littérature posant que l'usage d'agressivité relationnelle est commune dans les amitiés entre filles à l'adolescence (Crothers et coll., 2005 ; Currie et coll., 2007; De Bruyn et Cillessen, 2006; Waldron, 2011).

À l'âge adulte, l'importance de rester soi-même ainsi que de respecter ses valeurs est plus grande que de se faire accepter par de potentielles nouvelles amies. Les liens affectifs, relationnels avec les autres femmes de leur entourage ont d'ailleurs été qualifiés, par les dix participantes, de manière moins dichotomique qu'à l'adolescence. Plus précisément, elles sont qualifiées de positives permettant une plus grande affirmation de soi, ce qui rejoint les propos des 73 répondantes de l'étude de Alemán (2010), qualifiant les amitiés entre femmes au début de l'âge adulte comme offrant de la validation, des apprentissages et du soutien. Une participante en particulier a expliqué que l'«échange constant et nourrissant» dont elle jouit avec les autres femmes de son entourage est dû en partie grâce au fait qu'elle a appris à écarter les relations qui peuvent être négatives. Ce constat rejoint également la stratégie soulevée par l'étude d'Hamilton et ses collègues (2008) auprès de 93 jeunes adultes, soutenant que lorsqu'elles font l'expérience d'un manque de positif dans leurs relations d'amitié, les femmes s'efforcent de s'en créer d'autres, plus positives, et de rechercher du support social. C'est donc à travers la réorganisation symbolique de ces expériences, et des rôles sociaux que les scripts intrapsychiques (Simon et Gagnon, 1986) en regard de l'amitié se construisent et évoluent pour coordonner la vie mentale et le comportement social à ces différentes périodes.

6.3 La popularité et la conjugaison des représentations médiatiques, de la définition personnelle et de l'expérience vécue à l'adolescence et à l'âge adulte: la négociation des idéaux à atteindre pour une approbation sociale

Pour ce qui est de la popularité, elle est définie autour de l'appréciation, de l'acceptation et de la reconnaissance sociale. Ces résultats concordent avec les définitions de popularité sociométrique (amabilité, beaucoup d'amis et bonnes habiletés sociales) ; et consensuelle (visibilité sociale, prestige, domination sociale importante) développées par De Bruyn et Cillenssen (2006). Ces définitions agissent donc en scripts intrapsychiques puisqu'elles coordonnent ensuite la vie mentale et le comportement social (Simon et Gagnon, 1986). Nos résultats pointent toutefois que malgré que la majorité des participantes nomme de bonnes habiletés sociales comme qualité première pour être populaire, des normes de genre sont assez présentes en ce qui concerne un idéal féminin et masculin stéréotypé (Descarries et Mathieu 2010) à atteindre pour obtenir la popularité. De plus, les propos de nos participantes révèlent que la popularité semble accompagnée d'un prix, et ce, davantage chez les femmes que chez les hommes, puisque celles-ci sont jugées de façon plus négative en ce qui a trait à l'apparence physique et au comportement sexuel. On peut voir que des scripts culturels en regard des rôles de genre sont à l'œuvre dans la dimension particulière qu'est la popularité ; ils guident et instruisent sur les rôles spécifiques à jouer au niveau de la vie collective, ils informent sur ce qui est possible ou ne l'est pas en termes de sexualité (Bozon et Giami, 1999 ; Simon et Gagnon, 1986). Puisque les scripts intrapsychiques sont un mélange de scripts culturels et d'expériences personnelles organisés en schèmes cognitifs structurés (Bozon et Giami, 1999 ; Simon et Gagnon, 1986), le vécu des participantes nous aide à mieux comprendre comment les femmes perçoivent et vivent leurs relations avec les autres femmes.

Pour ce qui est de l'adolescence, les participantes soulèvent une importance plus marquée de la popularité ; pointant dans le même sens que Pelletier-Dumas (2011) qui rapporte qu'à cette période, l'adhésion au groupe est très importante ; elle est aussi une motivation à adopter des attitudes et comportements du groupe de pairs ou certains issus des médias. Plusieurs caractéristiques ont été apportées pour décrire une fille populaire à l'adolescence : une belle apparence d'abord, suivie par de bonnes habiletés sociales, un grand cercle social, sans forcément être gentille, venant d'un milieu socio-économique aisé et avoir de l'assurance. Ces caractéristiques correspondent à certains égards à la popularité consensuelle (De Bruyn et Cillenssen, 2006). Elles correspondent aussi à la plupart des caractéristiques relevées par les recherches avec des échantillons plus importants à l'exception d'être à la mode, d'être active sexuellement, d'être désengagée académiquement ou d'avoir des difficultés scolaires (Currie et coll., 2007 ; De Bruyn et coll., 2012 ; Duncan et Owen, 2011 ; Goulet et coll., 2014 ; Hernandez et coll., 2012) ; caractéristiques qui n'ont pas été nommées explicitement par nos participantes en ce qui concerne la popularité. L'apparence physique attirante, comprenant le fait d'attirer les garçons, comme première caractéristique fait aussi écho à la dimension de l'attractivité hétérosexuelle et de la désirabilité nommées maintes fois dans la revue de littérature au sujet des adolescentes (Currie et coll., 2007 ; De Bruyn et coll., 2012 ; Duncan et Owen, 2011 ; Duquet, et Quéhiart, 2009). On peut aussi dénoter une correspondance avec l'archétype de la fille populaire, relevé précédemment pour ce qui est des modèles fournis par la culture populaire (Aubrey et Frisby, 2011 ; Behm-Morawitz et Mastro, 2015 ; Bethune et Gonick, 2017 ; Marquis, 2014 ; Ringrose, 2006), de même qu'avec l'hétéronormativité (Agarwahh et coll., 2015 ; Descarries et Mathieu, 2010 ; Lebreton, 2009). On peut poser que la culture populaire offre un modèle qu'on pourrait qualifier de typique sur lequel les adolescentes se réfèrent pour chercher l'approbation. Autrement dit, les scripts culturels (Simon et Gagnon, 1986) largement influencés par le modèle de «féminité» stéréotypé et l'hétéronormativité (Valocchi, 2005) présents dans la culture populaire, guident et instruisent sur les rôles

spécifiques à jouer dans un contexte social, et se reflètent dans la conception de la popularité et dans les relations entre filles à l'adolescence.

Pour ce qui est de la popularité à l'âge adulte, plusieurs mêmes caractéristiques que celles nommées pour l'adolescence ont été soulevées par les participantes, mais avec des niveaux d'importance différents. Une personne a mentionné explicitement le contraste entre la fille populaire à l'adolescence, qui répondait d'abord à des standards de beauté, puis celle de la femme populaire à l'âge adulte qui possède d'abord de bonnes habiletés sociales. On peut conclure que la personne populaire à l'adolescence correspond aux critères d'une popularité dite «consensuelle» tandis que la femme populaire à l'âge adulte correspond davantage à la popularité dite «sociométrique» (De Bruyn et Cillessen, 2006), définie précédemment. Somme toute, décrire une femme populaire à l'âge adulte a semblé être une tâche plus difficile que de décrire une fille populaire à l'adolescence, puisque l'environnement à l'âge adulte est beaucoup plus grand et diversifié que celui d'une école secondaire, même constat que celui de Lansu et Cillenssen (2012) pour expliquer le manque de recherche et la difficulté d'investiguer la popularité chez les jeunes adultes. On peut aussi en déduire que la préoccupation et la place de la popularité, est moins importante et moins tangible à l'âge adulte à cause du besoin moins grand de l'approbation des pairs et de l'affiliation à un groupe, présent à l'adolescence, largement influencés par des scripts culturels stéréotypés et hétéronormatifs (Descarries et Mathieu, 2010 ; Valocchi, 2005).

6.4 L'agressivité relationnelle («bitchage») et la conjugaison des représentations médiatiques, de la définition personnelle et de l'expérience vécue à l'adolescence et l'âge adulte : les nuances d'un phénomène associé à la féminité

La définition personnelle de nos participantes du «bitchage» en général rejoint de plusieurs manières les définitions de l'agressivité relationnelle dans la littérature, ce qui confirme que l'expression est bien appropriée pour désigner ces comportements. Plus précisément, nos participantes ont été d'accord avec les propositions de notre questionnaire, tirées de la définition de l'agressivité relationnelle de l'Agence de Santé publique du Canada (2006), soit ; commérage ; faire circuler de fausses rumeurs ; dévoiler des secrets ; exclure une personne ou l'éviter. Ces réponses correspondent aussi à quelques manifestations d'agressivité relationnelle indirecte exposée par Crothers et coll. (2005) ; exclusion sociale implicite, isolement, bavardage contre quelqu'un. Ceci étant dit, tout comme l'amitié et la popularité, l'agressivité relationnelle est une dimension traversée par des normes de genre, influençant les relations, ce qui réitère la dynamique entre les scripts culturels, intrapsychiques et interpersonnels des relations entre femmes (Simon et Gagnon, 1986 ; Bozon et Giami, 1999). D'abord, comme les propos de Guendouzi (2001) stipulant que le «*bitching*» est une forme de conversation négative typique des femmes, il a été nommé par certaines participantes que le «bitchage» est un comportement propre aux femmes et aux milieux de femmes. Les propos de celles-ci pointent que les hommes gèrent leurs conflits plutôt de façon informative, diplomate et directe, tandis que les femmes seraient plus sensibles, susceptibles et selon leurs dires, plus « intelligentes émotionnellement », ayant comme conséquence, selon elles, d'avoir une plus grande capacité à être cruelle et d'user d'agressivité relationnelle («bitchage»). Ici encore, les différences rapportées en ce qui concerne le «bitchage» selon le sexe se rapportent à une conception essentialiste ; les femmes étant associées à l'émotionnel et les hommes au rationnel et résultent en stéréotypes sexistes (Descarries et Mathieu, 2009). Les sujets de «bitchage» sont on ne peut moins

intéressants dans cette perspective, car encore une fois, les caractéristiques de la féminité et de la masculinité sont mises de l'avant. Plus spécifiquement, les sujets de «bitchage» entre femmes les plus rapportés par nos participantes sont l'apparence physique qui comprend aussi le style vestimentaire et la réputation sexuelle, résultant à des insultes comme «moche» ou «pute», tout comme ce que rapporte la littérature (Bay-Cheng, 2015). Pareillement, le «bitchage» entre hommes, selon nos participantes, est à propos de la masculinité, le fait d'être viril ou pas, renvoyant aux insultes qui visent la masculinité comme «tapette». Ces résultats mettent en lumière les scripts culturels stéréotypés, sexistes et hétéronormatifs présents dans la culture populaire à propos des femmes et de leurs relations, qui semblent se refléter ensuite dans le vécu des femmes, ainsi que dans l'interprétation qu'elles en font. D'un autre côté, certaines participantes sont d'avis que les hommes «bitchent» autant que les femmes, le «bitchage» étant présent et motivé par les mêmes raisons, soit par jalousie ou pour se valoriser par rapport à quelqu'un d'autre. Ceci étant dit, il a été souligné par une des participantes que le jugement est plus sévère envers les femmes, puisqu'elles sont tenues à des exigences et des attentes plus élevées que les hommes, relevant ainsi le double standard exposé par plusieurs (Currie et coll., 2007 ; Descarries et Mathieu, 2010), dans la difficulté de négocier les normes de féminité dites «acceptables», ce qui peut pousser les femmes à se rabaisser les unes les autres (Bay-Cheng, 2015). Il est pertinent de souligner qu'il a été difficile pour certaines de se prononcer sur le sujet et de faire une comparaison entre le « bitchage » chez les hommes et celui chez les femmes ; une en particulier a précisé que les représentations culturelles sont dépourvues de «bitchage» entre hommes, ce qui pour elle a un effet direct sur le fait que l'on associe ce comportement aux femmes. Cet argument est le même que Beals (2014), qui pose que l'agressivité relationnelle chez les hommes est ignorée par les médias ainsi que la recherche, renforçant l'idée que ce comportement est typiquement féminin.

La théorie des scripts sexuels suggère que les scripts interpersonnels et intrapsychiques sont des influences importantes sur le comportement lorsque les scripts culturels sont discordants de la situation que les individus affrontent (Simon et Gagnon, 1986 ; Rose, 2000). Bien que les scripts culturels en regard de l'agressivité relationnelle («bitchage») sont fortement associés à la féminité, les expériences des participantes à l'adolescence et à l'âge adulte nous permettent de mieux comprendre des nuances importantes quant au «bitchage» dans les relations féminines. Les résultats de l'entrevue et du questionnaire nous permettent d'abord de poser que le «bitchage» est un comportement commun ; l'ensemble de nos participantes (n=10) a mentionné avoir déjà été, au cours de leur vie, en position de victime, mais aussi en position d'auteure de «bitchage» envers une femme ou un groupe de femmes. Cet élément n'est pas banal en soi ; il indique que le «bitchage» semble scripté (Simon et Gagnon, 1986) et peut-être même encouragé, ce qui maintient sa présence dans les relations entre femmes de la même façon que les stéréotypes sexuels persistent dans la culture (Descarries et Mathieu, 2010). Les comportements d'agressivité relationnelle sont posés par ou envers une amie ou une connaissance, au sujet de l'apparence, du comportement, des intérêts, du style de vie et des valeurs, ce qui appuie les propos de McAndrew (2014) précisant que les femmes auraient tendance à user d'agressivité relationnelle auprès de personnes proches, du même sexe et du même âge qu'elles. Les résultats issus de notre étude confirment que le «bitchage» est bel et bien un comportement adopté par toutes, mais les façons de l'aborder et de le rapporter sont différentes, dépendamment qu'il soit vécu à l'adolescence ou à l'âge adulte, en position de victime ou d'auteure.

Le «bitchage» a été associé à l'immaturité adolescente, certaines participantes relevant une différence comportementale nette entre l'adolescence et l'âge adulte. D'abord, pour ce qui est du contexte de «bitchage» à l'adolescence, les participantes ont expliqué qu'il s'agit d'un phénomène de groupe ou lié à un conflit ; autour d'une

question de popularité ; lié à l'apparence physique et au style vestimentaire, ce qui correspond aux dimensions apportées dans la littérature sur le sujet (Crothers et coll., 2005 ; Currie et coll., 2007; De Bruyn et Cillessen, 2006; Waldron, 2011). Pour ce qui est des manifestations, les participantes ont nommé qu'il s'agissait de rumeurs au sujet des fréquentations et comportements sexuels; une compétition pour l'attention des garçons, ce qui correspond à ce qui a été soulevé à maintes reprises par la littérature, notamment Currie et ses collègues (2007) ou Duncan et Owen (2011), à propos de la désirabilité hétérosexuelle et de la féminité considérée acceptable. Les autres comportements relevés par les participantes, tels que de rabaisser l'autre pour prendre confiance en soi; parler négativement d'une personne à son insu; et les comportements de rejet correspondent aussi à ce qui est avancé par la littérature (Crothers et coll., 2005 ; Currie et coll., 2007; De Bruyn et Cillessen, 2006; Waldron, 2011) soulevant que la quête de la popularité amène une certaine surveillance de soi et des autres par rapport au «profil» qui y correspond, largement diffusé par la culture populaire. Le « sentiment de puissance» après avoir «bitché», et l'«assurance» des filles populaires, rapportés par nos participantes, fait d'ailleurs écho à ce qui est présenté dans la culture populaire, du fait que les comportements de «bitchage» seraient récompensés par une hausse de popularité et un sentiment d'accomplissement pour le personnage qui en émet (Behm-Morawitz et Mastro, 2008). Il rejoint aussi le propos de Currie et ses collaborateurs (2007), posant qu'en l'absence de possibilité d'acquisition de pouvoir politique ou économique dans les écoles, seul le pouvoir de se créer un statut par rapport aux pairs est accessible pour les filles adolescentes. Il qui peut donc aussi motiver le fait de rabaisser les autres pour se remonter soi-même, ce qui concorde avec d'autres recherches expliquant que le «bitchage» est une stratégie sociale pour se rapprocher des autres, tout en excluant de potentielles compétitrices (McAndrew, 2014 ; Sotinin, 2010 ; Vaillancourt, 2013).

À l'âge adulte, le «bitchage» prend plutôt forme en milieu de travail ou en soirée entre amies. Le «bitchage» est associé aux mêmes comportements qu'à l'adolescence, comme le fait de parler contre une autre personne, mais il peut aussi être causé par un conflit de valeurs ; ou le fait de poser un jugement. Sur ce dernier point, il a été souligné par une de nos participantes que la majeure différence entre le «bitchage» à l'adolescence et à l'âge adulte est le fait de « juger l'autre » chez les adultes,tandis que chez les adolescentes, il s'agit plutôt de « rabaisser l'autre ». D'autre part, puisqu'à l'âge adulte, les valeurs dans les relations prennent une place plus importante, ce sont elles qui motivent le jugement et donc le «bitchage» à propos d'autres femmes. Ces valeurs touchant le professionnalisme et les choix de vie sont toutefois traversées elles aussi par des scripts culturels en regard de normes de genres. Autrement dit, puisque les scripts intrapsychiques coordonnent la vie mentale et le comportement social, ceux-ci étant le résultat d'un mélange de scripts culturels et d'éléments d'expériences personnelles, ce qui est prôné comme source du «bitchage» à l'âge adulte, donc les valeurs sont nécessairement teintées par des normes de genre. On peut le voir dans les exemples donnés par les participantes ; une collègue habillée trop sexy pour sa profession; une connaissance qui fait de «mauvais» choix de vie comme avoir un bébé ou participer à une émission de téléréalité sans penser aux conséquences. Ce «bitchage» rappelle la notion de conversation d'«arrière-scène» à propos de la reproduction à l'avant-scène des normes sociales acceptables pour les femmes, relevé par Gouendouzi (2001). Il fait aussi appel aux «micro-agressions», développées par Mavin et collègues (2014), bien que cette dernière ait été menée auprès de 81 femmes plus âgées que nos participantes, des insultes subtiles, invisibles, souvent automatiques, et mêmes inconscientes en réaction à comment les autres femmes expriment leur genre (Mavin et coll., 2014) sont bien présentes dans les propos de nos participantes. On peut poser à certains égards une réflexion semblable à la leur et celle de Chesler (2009) à propos de l'agressivité relationnelle entre femmes. Les constructions sociales à propos du genre apprises à un jeune âge (Descarries et Mathieu, 2010), puis intériorisées, continuent d'avoir une influence sur

les femmes et leurs relations; elles apprennent à agir de façon à respecter et négocier les normes de genre qui leur sont imposées (Chesler, 2009), puis à se juger et se culpabiliser elles-mêmes et entre elles (Bay-Cheng, 2015) en regard de ces mêmes normes.

6.4.1 Les expériences d'auteures et de victimes : des pistes pour l'intervention

Selon nos résultats, la colère est le moteur principal à l'agressivité relationnelle, et ce, autant à l'adolescence qu'à l'âge adulte. Plus précisément, les résultats de notre étude vont dans le même sens que Crothers et ses collègues (2005) pour ce qui est de l'usage de comportements d'agressivité relationnelle pour exprimer la colère ou établir une relation de pouvoir à l'adolescence, ce dernier élément soulevé aussi par plusieurs autres (Currie et coll., 2007 ; De Bruyn et Cillenssen, 2006 ; De Bruyn et coll., 2012 ; Duncan et Owen, 2011 ; Steeves, 2014 ; Waldron, 2011). La culpabilité relevée par nos participantes pourrait être résiduelle du conflit de rôle (du fait que les filles sont supposées être douces et gentilles) amené par l'usage d'agressivité relationnelle dans les amitiés féminines (Crothers et coll., 2015). Pour les adultes, la colère est davantage en lien avec les conflits de valeurs, selon les propos de nos participantes. Cette colère pourrait aussi témoigner d'un manque d'empathie pour la personne «bitchée», faisant un lien avec les résultats de l'étude de Cogoni et ses collègues (2018), stipulant que le niveau d'empathie à l'endroit d'une personne dans une situation de rejet social est modulé par le niveau d'objectivation sexuelle de celle-ci (Cogoni et coll., 2018). Bien que l'objectivation sexuelle des personnes visées n'ait pas été mesurée pour notre recherche, ces mêmes auteures relèvent que l'évaluation de la cible d'agressivité relationnelle est principalement influencée par son apparence physique et un déni concomitant de sa capacité d'action et de décision (Cogoni et

coll., 2018), ce qui rejoint les conflits de valeurs en lien avec l'apparence et les «mauvais choix de vie» comme sujets de «bitchage» nommés par nos participantes. Pour ce qui est des expériences de victimisation à l'adolescence, elles sont chargées d'émotions, accompagnées de peine et de détresse quant à sa valeur personnelle. À l'âge adulte, il s'agit plutôt d'un sentiment de trahison, de déception, de frustration, ce qui rejoint les expériences relevées par Mavin et ses collègues (2014). Les résultats ne nous permettent évidemment pas de nous prononcer quant aux symptômes de dépression ou d'anxiété en lien avec la victimisation soulevés par certaines recherches basées sur des données physiologiques et neurologiques (Hamilton et coll. 2008 ; Holterman et coll., 2016). Par contre, pour les deux périodes, certaines de nos participantes ont mentionné avoir réagi à l'expérience de victimisation avec de l'indifférence, ce qui peut aussi faire écho à une diversité dans les stratégies d'adaptation face au stress social, soulevé par ces mêmes auteurs (Hamilton et coll. 2008 ; Holterman et coll., 2016).

Ceci étant dit, les obstacles soulevés par les participantes en ce qui concerne la recherche d'aide et de ressources mises en place à l'adolescence sont la difficulté à verbaliser les émotions, et les valeurs culturelles n'encourageant pas la recherche d'aide. Des critiques ont été émises sur les ressources mises en place par les écoles, correspondant à certains égards aux critiques émises par les jeunes eux-mêmes (Steeves, 2014, p.17) du fait que les politiques de zéro tolérance sont considérées comme hors de proportions et aggravent la situation. D'ailleurs, une de nos participantes a relaté le fait que l'auteure de «bitchage» à son endroit a été ensuite intimidée par le « système », ce qui réitère les critiques faites par certaines auteures sur les procédures pathologisantes en regard de l'intimidation et des filles (Beals, 2014 ; Bethune et Gonick, 2017; Ging et Norman, 2016). Finalement, la recherche d'aide et de soutien auprès d'amies s'est révélée aidante ; stratégie d'adaptation efficace chez les filles d'ailleurs soulignée par Graber et ses collègues (2016). De

même, l'aide de professionnels n'a pas été envisagée par les participantes qui ont dit avoir été victimes de «bitchage» à l'âge adulte; elles ont plutôt reçu de l'aide et du support de l'entourage, se sont distanciées des personnes ou des situations négatives et sont restées authentiques à elles-mêmes et à leurs valeurs. Cette stratégie de se créer de nouvelles relations positives et chercher le support social est la même exposée par Hamilton et ses collègues (2008), d'ailleurs qualifiée de saine et spécifiquement féminine. Les facteurs de protection des participantes qui ont dit ne pas en avoir subi à l'âge adulte vont dans la même direction; s'entourer de personnes de confiance et s'accepter. Ces éléments pointent une piste intéressante quant aux interventions et à la prévention du «bitchage» entre filles à l'adolescence et entre femmes à l'âge adulte. Bref, celles-ci auraient avantage à miser sur l'acceptation de soi et l'authenticité en amont, plutôt que sur les conséquences punitives en réaction à une situation de «bitchage», ce qui concorde en quelque sorte avec l'approche du Plan d'action concerté pour prévenir et contrer l'intimidation 2015-2018, qui place comme incontournable la promotion et l'apprentissage de comportements et d'attitudes tels le respect et le civisme (Ministère de la Famille, 2015).

6.5 Synthèse

En somme, on peut voir non seulement la dynamique à l'œuvre dans les relations féminines en ce qui concerne les trois dimensions investiguées dans cette recherche, soit l'amitié, la popularité et l'agressivité relationnelle («bitchage»), mais aussi comment celles-ci sont vécues différemment à l'adolescence puis à l'âge adulte, en regard des scripts intrapsychiques, interpersonnels et culturels (Simon et Gagnon, 1986). Le même principe que celui de l'interactionnisme symbolique selon lequel «les êtres humains se comportent à l'égard des choses selon les significations qu'ils

accordent à celles-ci» (Poupart, 2011, p.187) est utilisé par la théorie des scripts sexuels (Simon et Gagnon, 1986). Plus précisément, les scripts permettent d'analyser les interrelations entre des contenus mentaux, des interactions sociales, et des contenus culturels, sans supposer de continuité ni de discontinuité entre ces éléments (Simon et Gagnon, 1986 ; Wiederman, 2014). Concrètement, les définitions et l'importance accordées à chacune des dimensions des relations entre femmes (A, P, AR) peuvent être comprises comme des scripts intrapsychiques, car elles donnent des plans spécifiques pour gérer les scripts interpersonnels (Simon et Gagnon, 1986). Autrement dit, elles démontrent ce à quoi nos participantes s'attendent de l'amitié ou d'une amie, de la popularité ou d'une personne populaire, et de l'agressivité relationnelle («bitchage»), ce qui guide ensuite leurs interactions sociales et la signification qu'elles en font (Simon et Gagnon, 1986). Le vécu des interactions rapporté par les participantes peut être interprété comme scripts interpersonnels, puis les perceptions sur la culture populaire et les modèles qui y sont présentés comme scripts culturels car ils guident sur les rôles abstraits et les normes sociales tels que soulignés par les différents auteurs (Bozon et Giami, 1999 ; Simon et Gagnon, 1987 ; Wiederman, 2014). Notons que les scripts culturels les plus dominants s'adressent majoritairement aux périodes de l'adolescence et du début de l'âge adulte, au moment où les individus développent et redéfinissent leurs scripts interpersonnels et intrapsychiques (Simon et Gagnon, 1986 ; Wiederman, 2014).

Concrètement, à l'adolescence, le désir d'avoir des amies, faire partie du groupe, de se faire accepter et d'avoir un statut social, motive la création d'amitiés et la quête de la popularité. Celle-ci est toutefois réservée à certaines filles qui possèdent des caractéristiques particulières. L'agressivité relationnelle est donc utilisée comme instrument pour gérer les conflits, exprimer de la colère, mais aussi pour acquérir de la popularité, et faire partie du groupe. À l'âge adulte, l'amitié est importante, mais elle n'est plus aussi prioritaire, les valeurs partagées étant plus importantes que de se

faire accepter par des amies potentielles. La structure de l'école secondaire n'est plus présente, ce qui fait que la popularité, le statut social est un enjeu beaucoup moins important. L'agressivité relationnelle («bitchage») est donc encore utilisée pour exprimer une colère, mais davantage dans une situation de conflit de valeurs, puisque c'est eux qui structurent davantage les relations à l'âge adulte. Les trois niveaux de scripts sont reliés par une dynamique, et s'influencent l'un l'autre ; on peut voir que les participantes ont une certaine définition de l'amitié, de la popularité et de l'agressivité relationnelle («bitchage») qui structurent les relations. Les expériences et le vécu en regard de ces dimensions (A-P-AR) à l'adolescence et à l'âge adulte, conjuguées au discours dominant et à la culture populaire, contribuent à faire un sens à leurs propres relations puis aux définitions des dimensions qui les sous-tendent.

Ceci étant dit, les relations se construisent à l'intérieur même des structures sociales et non à l'extérieur de celles-ci (Cogoni et coll., 2018 ; Glick et Fiske, 2001 ; Mavin et coll., 2014 ; Mavin et Grandy, 2016 ; O'Connor, 1992) les relations entre femmes doivent donc être analysées et comprises à l'intérieur même des structures et idéologies ambiantes (O'Connor, 1992). On peut poser que les scripts culturels (Simon et Gagnon, 1986) concernant les rôles de genre sont assez présents et viennent teindre les relations interpersonnelles. Les scripts culturels ne sont pas des prédictions des conduites, mais font partie de l'interprétation des contenus mentaux (scripts intrapsychiques) et des interactions avec les autres femmes (scripts interpersonnels), les relations et la perception de ces relations en sont donc nécessairement influencées. Plus précisément, les rôles de genre promus par le contexte social et la culture populaire sont appris et intégrés par les hommes et les femmes (Cogoni et coll., 2018 ; Glick et Fiske, 2011) et les amènent à se définir et définir leurs relations de façon diamétralement opposée (Descarries et Mathieu, 2010). Dans ce cas-ci, on peut retrouver cette conception polarisée et stéréotypée dans la façon de concevoir l'amitié, la popularité et le «bitchage» chez les femmes et

les hommes. De plus, bien qu'une certaine distance émotionnelle, une pensée critique et plus nuancée est notable à l'âge adulte, nos résultats démontrent que le discours semble coloré par des scripts culturels (Simon et Gagnon, 1986) en lien avec les normes de genre et les stéréotypes sexuels (Descarries et Mathieu, 2010) pour les deux périodes explorées. Finalement, les réseaux sociaux semblent être un espace où les jeunes femmes négocient, d'un côté, les modèles de relations entre femmes offerts par les médias populaires, et de l'autre, leurs propres expériences par rapport à l'amitié, la popularité et l'agressivité relationnelle («bitchage») avec les femmes de leur entourage. Les réseaux sociaux, impliquant une utilisation plus active que les médias populaires puisqu'ils offrent la possibilité de partager et créer du contenu (Niland et coll., 2015 ; Stefanone et coll., 2010), est donc un espace où les relations entre femmes sont à la fois vues et vécues. Les réseaux sociaux amènent alors une nouvelle réalité quant aux relations féminines ; impliquant une mise en scène de soi et de ses amitiés, une possibilité de rehausser sa popularité, son statut social, mais aussi une nouvelle source de conflits et de comportements d'agressivité relationnelle. Ceci dit, tout dépend de son réseau ; comme soulevé par une des participantes qui a un réseau féministe et pour qui les relations sont décrites comme «saines» et «matures», il est possible de choisir d'utiliser les réseaux sociaux autrement et de vivre plus harmonieusement ses relations avec les autres femmes.

6.6 Contributions et recommandations

Cette recherche, bien qu'humblement, contribue à la documentation florissante du sujet passionnant que sont les relations entre femmes. Malgré les limites mentionnées subséquemment, cette étude apporte une contribution à la connaissance quant aux relations entre femmes, et ce, d'une perspective originale. En effet, non seulement en

explorant le sujet selon plusieurs thèmes et niveaux d'analyse, mais surtout selon les propos des participantes qui sont positionnées en tant que sujet (Beattie, 1987), expertes de leur vécu, nous avons pu «tenir compte des particularités de la réalité féminine afin de bien la refléter» (Groupe de recherche interdisciplinaire sur les méthodes qualitatives, 1997, p.244). Les principales recommandations en lien avec les résultats soulevés sont d'abord de considérer les relations et les problématiques féminines en prenant dans l'équation le contexte social dans lequel elles s'établissent, pour bien être en mesure de comprendre les différentes dynamiques à l'oeuvre. Nos résultats démontrent que le rôle de l'agressivité relationnelle, et son lien avec l'amitié et la popularité dans les relations féminines est bien complexe ; il est constitutif de la culture dominante et non mal adapté à celle-ci (Currie et coll., 2007). Les recommandations vont donc dans ce sens. Un changement de discours pour aborder les relations entre filles et entre femmes se doit d'être promu à travers une éducation égalitaire, travail à faire dès l'enfance, tel que recommandé par le Ministère de l'Éducation, de l'Enseignement supérieur et de la Recherche (2018). Ce mémoire apporte d'ailleurs des éléments de réflexion pour contribuer à la mise sur pied d'interventions éducatives faisant la promotion de la littératie numérique (Lebrun, Lacelle et Boutin, 2013), et de l'esprit critique (thématiques à couvrir dans les contenus obligatoires d'éducation à la sexualité en milieu scolaire) (MEES, 2018), quant aux représentations des femmes et de leurs relations dans la culture populaire. L'éducation aux rapports égalitaires doit aussi prendre en compte la construction sociale des catégories de sexe (Descarries et Mathieu, 2010), les stéréotypes sexuels et l'hétéronormativité (Valocchi, 2005) et ainsi travailler à rompre avec une vision essentialiste des femmes, des hommes, et des relations.

En regard des critiques émises par les participantes, les ressources d'aide mises en place bénéficieraient de plus de visibilité, non seulement dans la façon de prendre en charge le problème, mais aussi dans la façon de le prévenir. L'aide des pairs et le

réseau de soutien se sont aussi révélés aidants pour nos participantes. À ce propos, il a été relevé dans cette discussion que les réseaux sociaux représentent une nouvelle dimension pour penser les relations féminines, en regard de l'amitié, de la popularité et de l'agressivité relationnelle («bitchage»). De plus, ils permettent notamment de produire et de partager du contenu ; ne pourrait-il pas s'agir d'une piste intéressante pour l'intervention ? En effet, les réseaux sociaux pourraient être utilisés comme outils d'éducation critique à la littératie numérique, à la culture populaire, offrir une tribune pour acquérir de l'agentivité à travers l'expression de soi et de ses opinions, puis offrir un renforcement de communauté et de soutien social. Puis, il semble que les ressources en place ne soient pas suffisamment aidantes, puisqu'elles échouent à interpeller les personnes de toutes les cultures, comme il a été soulevé par Maya, et semblent prôner la punition plutôt que la gestion de conflits, en ce qui concerne l'agressivité relationnelle. Il faut toutefois prendre en considération que les participantes ont rapporté des situations qu'elles ont vécues à l'adolescence, majoritairement avant l'intérêt plus prononcé du gouvernement québécois quant à la problématique de l'intimidation en milieu scolaire et l'élaboration du «Plan d'action concerté pour prévenir et contrer l'intimidation 2015-2018» (Ministère de la Famille, 2015). En effet, l'approche se veut maintenant plus inclusive, positive, éducative, et interdisciplinaire, pour entre autres adapter les interventions en fonction des groupes marginalisés, promouvoir non seulement la recherche d'aide, mais aussi l'apprentissage de comportements prosociaux. De futures recherches pourront donc se pencher sur l'efficacité de ce changement d'approche (Ministère de la famille, 2015). D'autres recherches quantitatives auprès d'un plus grand échantillon seraient pertinentes pour établir des relations entre plusieurs variables qui ont été explorées, comme la consommation de culture populaire, la qualité des relations féminines, la place de la popularité, les comportements et motivations d'agressivité relationnelle, et les attitudes à l'égard des femmes. Il serait aussi intéressant d'étudier les relations entre femmes en regard des mêmes dimensions, mais à travers des entrevues en dyades ou de groupes, pour explorer la manière dont femmes perçoivent et

interprètent ensemble les relations qu'elles partagent. Finalement, les mêmes sujets auraient pu être explorés dans une perspective intersectionnelle, auprès d'un échantillon plus diversifié, et explorer les particularités du vécu des relations entre femmes selon l'intersection des oppressions qu'elles vivent, par exemple en regard de la classe, de l'origine culturelle, et de l'orientation sexuelle, pour ne nommer que celles-ci.

6.7 Limites de la recherche

Comme il s'agit d'une recherche qualitative, il n'est pas possible de faire une généralisation à la population ni d'évaluer l'erreur d'échantillonnage (Beaud, 2010). La simple démonstration de la fidélité (capacité de reproduire la recherche en obtenant les mêmes résultats) et de la validité (capacité de la méthode de recherche utilisée à répondre à la question posée) ne concorde donc pas avec la démarche complexe qu'elle exige (Deslauriers, 1991). Toutefois, certains critères d'évaluation, ou de rigueur, doivent être pris en considération. Étant donné qu'il s'agit d'une méthode qualitative dans le cadre d'institutions tels les Cégeps, les universités et les Carrefours jeunesse-emploi, les résultats comportent quelques limites. En effet, la technique d'échantillonnage non probabiliste volontaire a engendré une certaine homogénéité de l'échantillon, notamment en regard du niveau d'éducation des participantes, mais aussi de l'orientation sexuelle et de l'origine ethnique. De plus, les participantes peuvent posséder des caractéristiques psychologiques ou motivations particulières comme le désir de plaire, la volonté d'exprimer, de partager une expérience ou de régler un problème (Beaud, 2010). Un biais de désirabilité sociale peut aussi être présent, cependant il importe de souligner que les participantes se sont exprimées à titre de victimes, mais aussi d'auteures d'agressivité relationnelle

(«bitchage»), ce qui dénote une belle transparence. Une limite doit être soulignée concernant le fait que la chercheuse pouvait être considérée comme faisant partie de l'endogroupe au moment des entrevues. Les participantes ont pu ainsi se sentir plus «comprises» donc ouvertes à discuter, mais être plus implicites dans la divulgation de leurs perceptions, ce qui a été pallié par plusieurs techniques d'entrevue comme la reformulation ou le reflet (Savoie-Zajc, 2010). Somme toute, l'échantillonnage volontaire est approprié considérant les contraintes temporelles et budgétaires qu'exige un mémoire de maitrise, ainsi que pour le sujet de l'étude et les thèmes explorés, qui pouvaient amener les participantes à partager des perceptions et expériences d'ordre plus intime (Beaud, 2010). Une transférabilité est donc assurée par la description riche du contexte et de l'échantillon de l'étude (Deslauriers, 1991) au chapitre de la méthodologie et d'une description des biais engendrés.

Une limite à souligner concernant la méthodologie et l'analyse est la surabondance des thèmes explorés ; perceptions sur les trois dimensions; amitié, popularité, agressivité relationnelle ; vécu adolescent et adulte ; vécu à titre de victime ou d'auteure de «bitchage» ; différence de genre ; culture populaire, réseaux sociaux, etc.), limitant la profondeur de leur analyse. Bien que le projet soit éclairant sur nombre de ces dimensions et les liens entre celles-ci, il était en soi ambitieux pour ce mémoire de maitrise. De plus, la notion de culture populaire dans le questionnaire rempli par les participantes (Questionnaire : Appendice A) aurait dû compter des critères d'inclusion plus poussés pour être en mesure de représenter des réalités très diversifiées. Concrètement, les questions qui s'y trouvent ne peuvent pas offrir un portrait précis quant au genre, public cible, synopsis des films, téléséries, téléréalités que les participantes consomment pour être en mesure de parler de consommation de «culture populaire». Les résultats quant à ces données sont donc un portrait à titre informatif des habitudes de consommation de médias. Toutefois, nos conclusions ne prétendent pas être fondées sur une analyse de contenu des médias auxquels elles

faisaient référence, mais bien sur les perceptions des participantes à propos de la culture populaire, ce que nous avons rapporté avec le plus de justesse et de nuance possible. Ensuite, la crédibilité, critère d'évaluation de la recherche démontrant que les «résultats obtenus sont crédibles aux yeux des personnes ayant participé aux travaux de recherche» (Deslauriers, 1991, p.101) a été assurée par la vérification auprès des participantes, lors de l'entrevue, de la pertinence des enjeux à soulever, ainsi qu'un aller-retour constant entre la collecte des données, la codification et les théories envisagées pour l'analyse (Deslauriers, 1991 ; Blais et Martineau, 2006). La fiabilité (Deslauriers, 1991) a pu être assurée par une vérification de la codification et de l'arborescence des noyaux de sens par la directrice de recherche, et ce, après la première entrevue, à la cinquième, puis à la fin de la collecte de données. En corollaire de ce critère, la directrice a pu vérifier la concordance entre les résultats obtenus et les données, contribuant à la validation de cette étude (Deslauriers, 1991).

CONCLUSION

La présente recherche vise à explorer les relations entre femmes âgées de 18 à 25 ans, en regard de l'amitié (A), de la popularité (P) et de l'agressivité relationnelle (AR) («bitchage»). Les trois objectifs de recherche ont permis d'explorer amplement plusieurs avenues : d'abord, les perceptions des jeunes femmes sur les représentations des relations entre femmes dans la culture populaire (A-P-AR) ; le vécu des jeunes femmes quant à leurs relations entre femmes à l'adolescence et à l'âge adulte (A-P-AR) et les perceptions des jeunes femmes sur les différences de genre (A-P-AR).

Les résultats obtenus à l'aide d'un questionnaire et d'une entrevue semi-dirigée auprès de dix participantes relèvent plusieurs constats quant à la dynamique qui se joue entre la culture populaire et les relations entre femmes. Cette recherche apporte une perspective originale quant au sens que les jeunes femmes font des représentations médiatiques des relations entre femmes puisqu'elle permet de mieux comprendre les liens entre amitié, popularité et agressivité relationnelle («bitchage»). Cette étude permet aussi de soulever les liens entre les représentations médiatiques des relations entre femmes et les relations réelles entre femmes, largement médiatisées par les réseaux sociaux. Plus précisément, elle amène de nouvelles informations concernant le contexte médiatique dans lequel se développent les relations réelles entre femmes, grâce à l'utilisation d'une méthodologie qui a permis une analyse à plusieurs niveaux, soit intrapsychique, interpersonnel et culturel (Simon et Gagnon, 1986). De plus, le vécu des relations entre femmes permet de comprendre l'évolution des dimensions que sont l'amitié, la popularité et l'agressivité relationnelle («bitchage») des relations féminines ; comment ces dimensions s'entrecroisent ; et la place qu'elles tiennent dans la vie des femmes à l'adolescence

et à l'âge adulte. Il a été possible de tirer certaines conclusions quant à l'apport de la forte présence des normes de genre et de l'hétéronormativité dans la façon de percevoir, de vivre et de penser les relations entre femmes. Finalement, cette étude contribue à une réflexion nuancée et intégrée concernant les femmes et leurs relations, puisque l'angle constructiviste féministe adoptée contribue à la dénaturalisation de la rivalité féminine et des stéréotypes sexuels proposés par une culture stéréotypée et hétéronormative. Ce constat réitère l'importance d'une éducation critique face à la culture populaire et par le fait même, face aux structures sociales.

APPENDICE A : QUESTIONNAIRE

Culture du «bitchage» entre femmes ?
Place de l'amitié, de la popularité et de l'agressivité relationnelle
dans les relations entre femmes âgées de 18 à 25 ans

QUESTIONNAIRE DE LA PARTICIPANTE

Le questionnaire ci-dessous contient des questions d'ordre général, ainsi que des questions plus spécifiques concernant la consommation de culture populaire et les relations hommes-femmes.
Merci de votre participation !

A. RENSEIGNEMENTS GÉNÉRAUX

1. Quel est votre âge ? _____

2. À quel endroit êtes-vous née (ville, pays)? _____

3. Vous diriez que vous êtes de quelle origine culturelle ? _____

4. Quel est le niveau socioéconomique dans lequel vous vivez ?
   - ☐ Très à l'aise : vous avez tout ce dont vous avez besoin, et beaucoup plus
   - ☐ À l'aise : vous avez tout ce dont vous avez besoin, et un peu plus
   - ☐ Assez à l'aise : vous avez tout ce dont vous avez besoin, mais sans plus
   - ☐ Pas très à l'aise : vous avez des problèmes financiers de temps à autres
   - ☐ Pas à l'aise du tout : vous avez souvent des problèmes financiers

5. Quel est votre statut relationnel ?
   - ☐ Célibataire
   - ☐ En fréquentation
   - ☐ En couple
   - ☐ Je ne suis pas certaine de mon statut relationnel
   - ☐ Autre (précisez) :_____

6. Vous définissez votre orientation sexuelle comme :
   - ☐ Hétérosexuelle seulement
   - ☐ Hétérosexuelle la plupart du temps
   - ☐ Hétérosexuelle et homosexuelle à égalité
   - ☐ Homosexuelle la plupart du temps
   - ☐ Homosexuelle seulement
   - ☐ En questionnement
   - ☐ Queer (personnes qui refusent d'être étiquetées selon leur orientation sexuelle ou leur identité de genre)
   - ☐ Asexuelle (personne qui ne ressent pas d'attirance sexuelle)

7. Êtes-vous étudiante ?

☐ Non : passez à la question 8
☐ Oui

7.a. Dans quel programme étudiez-vous ?_____

7.b. Vous étudiez :

☐ À temps partiel
☐ À temps plein

8. Quel est le dernier niveau de scolarité que vous avez complété ?

☐ Primaire
☐ Secondaire
☐ CÉGEP
☐ Universitaire 1er cycle (certificat, baccalauréat)
☐ Universitaire cycles supérieurs (maitrise, doctorat)
☐ Autre (précisez) :_____

9. Avez-vous un emploi ?

☐ Non : passez à la question10
☐ Oui :

9.a. Vous diriez que votre emploi est dans quel domaine ? _____

9.b. Vous travaillez :

☐ À temps partiel
☐ À temps plein

B. QUESTIONS THÉMATIQUES

10. Parmi vos 10 ami(e)s les plus intimes, il y a en moyenne :

☐ Seulement des femmes
☐ Davantage de femmes que d'hommes
☐ Autant d'hommes que de femmes
☐ Davantage d'hommes que de femmes
☐ Seulement des hommes

10. a. Pourquoi pensez-vous que votre cercle d'ami(e)s est ainsi ?

_____
_____

11. Nommez 3 qualités que vous possédez et que votre entourage (pairs, amis, collègues) apprécie le plus selon vous ?

_____

12. Diriez-vous que vous êtes une personne populaire auprès de votre entourage ?

☐ Je pense être très populaire
☐ Je pense être moyennement populaire
☐ Je pense être un peu populaire
☐ Je pense ne pas être populaire : passez à la question 14
☐ Je ne m'y suis jamais attardée : passez à la question 14

13. Si vous vous considérez populaire, vous diriez que votre popularité est auprès :

- ☐ Des femmes seulement
- ☐ Davantage des femmes que des hommes
- ☐ Autant des hommes que des femmes
- ☐ Davantage des hommes que des femmes
- ☐ Des hommes seulement

** Pour les questions suivantes, notez que le «bitchage» entre femmes peut référer autant à des expériences vécues entre filles à l'adolescence que plus récemment entre femmes adultes.*

14. D'après vous, en quoi consiste le «bitchage» entre femmes? (Vous pouvez cocher plus d'une case)

- ☐ Éviter une personne
- ☐ Exclure une personne
- ☐ Faire du commérage
- ☐ Dévoiler les secrets d'une autre personne
- ☐ Faire circuler de fausses rumeurs
- ☐ Autre (précisez) :_____

15. À votre connaissance, avez-vous déjà subi du «bitchage» entre femmes ?

- ☐ Très souvent
- ☐ Souvent
- ☐ Parfois
- ☐ À l'occasion
- ☐ Jamais : passez à la question 16

15.a. Si oui, quelle relation aviez-vous avec cette ou ces femmes(s)?
(Vous pouvez cocher plus d'une case)

- ☐ Un(e) ami(e) ; plus d'un(e) ami(e)
- ☐ Un(e) membre de la famille; plus d'un(e) membre de la famille
- ☐ Une connaissance ; plus d'un(e) connaissance
- ☐ Un(e) amoureux(se) ; plus d'un(e) amoureux(se)
- ☐ Une fréquentation ; plus d'une fréquentation
- ☐ Un(e) inconnu(e) ; plusieurs d'un(e) inconnu(e)
- ☐ Autre (précisez) : _____

15.b. Si oui, à quel sujet pensez-vous avoir subi le plus souvent du «bitchage» de la part d'une ou de plus d'une femme(s) ? (Vous pouvez cocher plus d'une case)

- ☐ Votre comportement
- ☐ Vos valeurs
- ☐ Votre sexualité
- ☐ Votre apparence
- ☐ Vos intérêts
- ☐ Votre famille
- ☐ Votre style de vie
- ☐ Autre (précisez) : _____

16. Avez-vous déjà «bitché» une ou plus d'une femme ?

- ☐ Très souvent
- ☐ Souvent
- ☐ Parfois
- ☐ À l'occasion
- ☐ Jamais : passez à la section «C. Consommation de culture populaire»

16.a. Si oui, quelle relation aviez-vous avec cette ou ces femme(s) ?

- ☐ Un(e) ami(e) ; plus d'un(e) ami(e)
- ☐ Un(e) membre de la famille; plus d'un(e) membre de la famille
- ☐ Une connaissance ; plus d'une connaissance
- ☐ Un(e) amoureux(se) ; plus d'un(e) amoureux(se)
- ☐ Une fréquentation ; plus d'une fréquentation
- ☐ Un(e) inconnu(e) ; plusieurs d'un(e) inconnu(e)
- ☐ Autre (précisez): _____

16.b. Si oui, à quel sujet avez-vous «bitché» une ou plus d'une femme ?

- ☐ Son comportement ; leurs comportements
- ☐ Ses valeurs ; leurs valeurs
- ☐ Sa sexualité ; leur sexualité
- ☐ Son apparence ; leur apparence
- ☐ Ses intérêts ; leurs intérêts
- ☐ Sa famille ; leur famille
- ☐ Son style de vie ; leur style de vie
- ☐ Autre (précisez): _____

C. CONSOMMATION DE CULTURE POPULAIRE

1. Êtes-vous active sur les réseaux sociaux ?

- ☐ Non : passez à la question 2
- ☐ Oui : Lesquels :
  - ☐ Facebook
  - ☐ Twitter
  - ☐ Instagram
  - ☐ Snapchat
  - ☐ Autre(s) (précisez): _____

1.a. Si oui, combien de temps passez-vous de façon active sur ces réseaux sociaux par jour environ ?

- ☐ Moins d'une heure
- ☐ Entre 1 à 2 heures
- ☐ Entre 2 à 3 heures
- ☐ Entre 3 à 4 heures
- ☐ Plus de 4 heures

1.b. Pour quelle(s) raison(s) êtes-vous active sur les réseaux sociaux ?
(Vous pouvez cocher plus d'une case)

- ☐ Passer le temps
- ☐ Communiquer avec des amis et la famille
- ☐ Être à l'affut des tendances (ex. consulter des blogues)
- ☐ Faire comme les autres
- ☐ Divertissement
- ☐ Voir ce que les autres font
- ☐ Exprimer votre opinion
- ☐ Diffuser des informations
- ☐ Autre (précisez) : _____

2. Écoutez-vous la télévision ?

☐ Non : passez à la question 3
☐ Oui

2.a. Si oui, quelles sont vos préférences, parmi les choix ci-dessous (inscrivez sur chacune des lignes votre niveau d'intérêt, selon l'encadré à droite).

___ Vidéoclips
___ Téléréalité
___ Téléséries (Netflix ou programme télé)
___ Films (Netflix ou cinéma)
___ Sport

0 : Aucun intérêt
1 : Très faible intérêt
2 : Faible intérêt
3 : Intérêt moyen
4 : Fort intérêt
5 : Très fort intérêt

2.b. Si oui, combien d'heures passez-vous à l'écoute de télévision par jour environ?

☐ Moins d'une heure
☐ Entre 1 à 2 heures
☐ Entre 2 à 3 heures
☐ Entre 3 à 4 heures
☐ Plus de 4 heures

3. Écoutez-vous de la musique?

☐ Non : passez à la question 4
☐ Oui

3.a. Si oui, combien d'heures passez-vous à écouter de la musique par jour environ?

☐ Moins d'une heure
☐ Entre 1 à 2 heures
☐ Entre 2 à 3 heures
☐ Entre 3 à 4 heures
☐ Plus de 4 heures

Merci, votre participation est grandement appréciée !

APPENDICE B : SCHÉMA D'ENTREVUE

Culture du «bitchage» entre femmes ?
Place de l'amitié, de la popularité et de l'agressivité relationnelle
dans les relations entre femmes âgées de 18 à 25 ans

SCHÉMA D'ENTREVUE DE LA CHERCHEUSE

Consignes d'entrevue à mentionner à la participante

Présentation de la chercheuse et du projet

Bonjour, d'abord merci de participer à cette entrevue. Je m'appelle Audrey Lavigne, étudiante à la maitrise en sexologie. Je fais présentement une recherche sur les relations entre femmes âgées de 18 à 25 ans, plus précisément sur la place de l'amitié, de la popularité et de l'agressivité relationnelle dans celles-ci.

L'entrevue dure environ une heure et demie et sera enregistrée, mais soyez assurée que vos réponses demeureront confidentielles, tel que le formulaire de consentement le stipule.

Nous allons discuter de l'amitié, de la popularité et l'agressivité relationnelle dans les relations entre femmes. Vous êtes invitée à me partager vos perceptions et expériences personnelles sur le sujet. Évidemment, il n'y a pas de bonnes ou de mauvaises réponses, sentez-vous à l'aise de me dire franchement ce que vous pensez. Si une question vous semble moins claire, n'hésitez pas à me le faire savoir.

Notes personnelles :

SCHÉMA D'ENTREVUE DE LA CHERCHEUSE

A. THÈME DE L'AMITIÉ

Questions non-dirigées	Questions dirigées	Sous-thèmes	Liens avec théorie
1. En général, qu'est-ce que l'amitié entre femmes représente pour vous ?	1.a. D'après vous, quelles sont les caractéristiques, ou les conditions pour qu'une bonne amitié entre femmes fonctionne ? 1.b. Y a-t-il des particularités de l'amitié entre femmes? *Si oui, lesquelles ?* 1.c. Y a-t-il des différences entre l'amitié entre hommes et l'amitié entre femmes ? *Si oui, lesquelles ?*	Perceptions générales de l'amitié entre femmes	Scripts intrapsychiques (Simon et Gagnon, 1986)
2. Comment décririez-vous vos relations, et les liens affectifs que vous avez avec les autres femmes qui vous entourent présentement?	2.a. Comment décririez-vous vos relations, et les liens affectifs que vous aviez avec les autres filles qui vous entouraient à l'adolescence ? 2.b. Comment faisiez-vous pour vous créer une nouvelle amitié à l'adolescence ? 2.c. Comment faites-vous pour créer une nouvelle amitié présentement? 2.d. Parlez-moi d'une relation que vous trouvez positive (intime) avec une de vos amies présentement? 2.e. Parlez-moi, s'il y a lieu, d'une relation que vous trouvez négative (toxique) avec une de vos amies présentement?	Expériences personnelles par rapport à leurs relations avec les autres femmes	Scripts interpersonnels (Simon et Gagnon, 1986)
3. Dans les médias, (films, téléréalités, vidéoclips, etc.) comment trouvez-vous que l'amitié entre femmes, ou entre adolescentes est représentée ?	3.a. Dans les médias sociaux (Instagram, Facebook, Snapchat, etc.), comment trouvez-vous que l'amitié entre femmes ou entre adolescentes est présentée? 3.b. Comment est-ce que les amitiés représentées dans les médias rejoignent vos perceptions de l'amitié entre femmes ?	Perceptions par rapport à la culture populaire et aux modèles ambiants	Scripts culturels (Simon et Gagnon, 1986)

SCHÉMA D'ENTREVUE DE LA CHERCHEUSE

B. THÈME DE LA POPULARITÉ

Questions non-dirigées	Questions dirigées	Sous-thèmes	Liens avec théorie
4. En général, qu'est-ce que la popularité représente pour vous?	4.a Selon vous, quelles motivations amènent une femme à vouloir être populaire ? 4.b. Quelles qualités une femme doit posséder pour être populaire selon vous? 4.c. Quelles qualités un homme doit posséder pour être populaire selon vous ?	Perceptions générales à propos de la popularité chez les femmes	Scripts intrapsychiques (Simon et Gagnon, 1986)
5. Comment décririez-vous votre niveau de popularité auprès de votre entourage (amis, pairs, collègues)?	5.a. Pourquoi est-ce ainsi selon vous? 5.b. Comment décririez-vous votre niveau de popularité à l'adolescence auprès de votre entourage ? *Pourquoi était-ce ainsi selon vous* ? 5.c. Pensez à une amie, que vous considériez populaire à l'adolescence. *Pouvez-vous me la décrire* ? 5.d. Pensez à une amie que vous trouvez populaire présentement. *Pouvez-vous me la décrire* ?	Expériences personnelles par rapport à leurs relations avec les autres femmes	Scripts interpersonnels (Simon et Gagnon, 1986)
6. Dans les médias (films, téléréalités, vidéoclips, etc.), comment la popularité chez les femmes est–elle représentée selon vous ?	6. a. Dans les médias sociaux (Instagram, Facebook, Snapchap, etc.), quelle importance trouvez-vous que la popularité prend dans la vie des femmes ? 6.b. Dans les médias, y-a-t-il un exemple de femme/personnage qui incarne bien votre idée de la popularité ? *Pouvez-vous me la décrire ?* 6.c. Selon vous, pour quelles raisons cette femme/personnage est-elle populaire ?	Perceptions par rapport à la culture populaire et aux modèles ambiants	Scripts culturels (Simon et Gagnon, 1986)

SCHÉMA D'ENTREVUE DE LA CHERCHEUSE

C. THÈME DE L'AGRESSIVITÉ RELATIONNELLE

Questions non-dirigées	Questions dirigées	Sous-thèmes	Liens avec théorie
7. Dans les médias (films, téléréalités, vidéoclips, etc.), comment trouvez-vous que les conflits entre femmes sont représentés ? donner un exemple ?	7.a. Dans les médias sociaux (Instagram, Facebook, Snapchat, etc.) comment trouvez-vous que les conflits entre femmes sont représentés ? *Donner un exemple.* 7. b. Dans les médias, y a-t-il un exemple de femme/ personnage qui incarne bien cette culture de «bitchage» ? *Ou l'image de la «bitch» ? Pourquoi ? Développez.* 7.c. Plusieurs recherches ont analysé les médias populaires, plus précisément des films, des émissions de télévision, du contenu de réseaux sociaux, de la musique, etc. et posent qu'il y aurait une sorte de culture du «bitchage» entre femmes. *Quelle est votre opinion là-dessus ?*	Perceptions par rapport à la culture populaire et aux modèles ambiants	Scripts culturels (Simon et Gagnon, 1986)
8. Selon vous, comment trouvez-vous que les femmes gèrent leurs conflits ?	8.a. Qu'est-ce que le «bitchage» selon vous ? *Qu'est-ce que cela représente pour vous ?* 8.b. Comment le «bitchage» entre filles se manifeste-t-il concrètement à l'adolescence ? *Donnez des exemples.* 8.c. Comment le «bitchage» entre femmes se manifeste-t-il à l'âge adulte ? *Donnez des exemples.* 8.d. Selon vous, est-ce différent chez les hommes ? *Si oui, qu'est-ce qui est différent ? Pourquoi ?* *Si non, qu'est-ce qui est semblable ? Pourquoi ?*	Perceptions générales à propos de l'agressivité relationnelle chez les femmes	Scripts intrapsychiques (Simon et Gagnon, 1986)
9. Selon vous, pour quelle(s) raison(s) est-ce que l'on «bitche» une autre femme ou un groupe de femmes ?	9.a. Avez-vous déjà subi du «bitchage » à l'adolescence ? *Si oui, développez : quelles étaient les circonstances ; qui vous la faisait subir ; quelles étaient ses intentions ; comment est-ce que ca se manifestait ; comment vous êtes vous sentie ; avez vous reçu de l'aide ?* 9.b. Avez-vous déjà subi du «bitchage » à l'âge adulte ? *Si oui, développez : quelles étaient les circonstances ; qui vous la faisait subir ; comment est-ce que ca se manifestait ; comment vous êtes vous senti ? avez vous reçu de l'aide ?* 9.c. Si non, dans votre entourage, l'amie ou collègue qui subi du «bitchage» possède quelles caractéristiques? *Décrivez la moi.* 9.d. Avez-vous déjà «bitché» une fille ou groupe de filles à l'adolescence? *Si oui, développez : quelles étaient les circonstances ; qui était visée ; comment est-ce que ca se manifestait ; quelles étaient vos motivations ; comment vous êtes vous senti ? avez vous reçu de l'aide ?* 9.e. Avez-vous déjà «bitché» une femme ou un groupe de femmes à l'âge adulte? *Si oui, développez : quelles étaient les circonstances ; qui était visée ; comment est-ce que ca se manifestait ; quelles étaient vos motivations ; comment vous êtes vous senti ? avez vous reçu de l'aide ?* 9.f. Si non, dans votre entourage, l'amie ou collègue qui «bitche» possède quelles caractéristiques? *Décrivez la moi.*	Expériences personnelles par rapport à leurs relations avec les autres femmes	Scripts interpersonnels (Simon et Gagnon, 1986)

Question de conclusion

Réflexions supplémentaires :

Pour finir, après tout ce dont nous avons parlé, y-a-t-il autre chose que vous aimeriez partager ?

Notes personnelles sur le déroulement de l'entrevue:

APPENDICE C : DEMANDE DE COLLABORATION

UQÀM **Faculté des sciences humaines**
Université du Québec à Montréal

Vendredi 25 novembre 2016

Objet : Demande d'autorisation de recrutement de participantes à des fins de recherche

Titre du projet : *La culture du «bitchage» entre femmes ? Place de l'amitié, de la popularité et de l'agressivité relationnelle entre femmes âgées de 18 à 25 ans*

Madame, Monsieur,

C'est à titre d'étudiante à la maitrise en sexologie à l'UQÀM, profil recherche et intervention, que je sollicite votre collaboration. Sous la direction de Francine Duquet, professeure au département de sexologie de l'UQÀM, mon projet de mémoire est une recherche qualitative qui porte sur la culture du «bitchage» entre femmes âgées de 18 à 25 ans. J'aimerais pouvoir diffuser de l'information sur ce projet dans votre établissement à partir de décembre 2016, afin de recruter des participantes. La diffusion d'informations se ferait par affiches sur les babillards de l'établissement, par l'entremise de professeurs de psychologie, par présentation devant des classes d'étudiants susceptibles d'être intéressés, ou par toute autre façon que vous jugez pertinente. Les détails méthodologiques et déontologiques de la recherche sont présentés dans les pages suivantes.

Présentation et but général du projet de recherche
Ce projet de recherche vise à documenter le phénomène de la culture du «bitchage», en explorant les thèmes de l'amitié, de la popularité, et de l'agressivité relationnelle dans les relations entre femmes âgées de 18 à 25 ans. Cette recherche s'inscrit dans le cadre d'un projet de mémoire en sexologie, profil recherche-intervention, et fera l'objet de publications scientifiques. Si vous le désirez, les conclusions de la recherche vous seront fournies sur demande.

Tâches qui seront demandées aux participantes volontaires
Les tâches qui seront demandées aux participantes volontaires sont de répondre à un questionnaire et d'accorder une entrevue concernant leurs perceptions sur l'amitié, la popularité et l'agressivité relationnelle dans les relations entre femmes. Le questionnaire remis permettra de recueillir des informations sociodémographiques (âge, situation économique, appartenance culturelle, etc.) et des informations sur leur consommation de médias populaires. L'entrevue sera enregistrée, avec la permission de la participante, et prendra environ une heure et demie, pour un total de deux heures de rencontre. La rencontre se tiendra dans une salle de l'établissement de recrutement ou une salle de l'UQÀM. Le moment de l'entrevue sera à convenir entre la chercheuse responsable du projet et la participante.

Anonymat et confidentialité
Il est entendu que les renseignements recueillis lors de l'entrevue sont confidentiels et que seules la personne responsable du projet et sa direction de recherche auront accès à l'enregistrement de l'entrevue et au contenu de sa transcription. Le matériel de recherche (enregistrement numérique et transcription codée) ainsi que le formulaire de consentement seront conservés séparément sous mot de passe numérique par la personne responsable du projet, pour la durée totale du projet. Les enregistrements ainsi que les formulaires de consentement seront détruits après les dernières publications des résultats de recherche. Toute information pouvant aider à identifier une participante sera modifiée.

Participation volontaire
La participation à ce projet est volontaire. Cela signifie que les participantes acceptent de participer au projet sans aucune contrainte ou pression extérieure et que, par ailleurs, elles sont libres de mettre fin à leur participation en tout temps au cours de cette recherche. Dans ce cas, les renseignements concernant la participante seront détruits. L'accord à participer implique également que la participante accepte que la responsable du projet puisse utiliser aux fins de la présente recherche (incluant la publication d'articles, d'un mémoire, la présentation des résultats lors de conférences ou de communications scientifiques) les renseignements recueillis à la condition qu'aucune information permettant d'identifier une personne ne soit divulguée publiquement.

Questions sur le projet et sur vos droits
Ce projet a été approuvé sur le plan de l'éthique de la recherche avec des êtres humains par le Comité d'éthique de la recherche pour les projets étudiants (CERPE) de la Faculté des sciences humaines de l'UQÀM. Pour toute question ne pouvant être adressée à la direction de recherche ou pour formuler une plainte ou des commentaires, vous pouvez contacter la présidente du comité par l'intermédiaire de la coordination du CERPE : cerpe4@uqam.ca, 514-987-3636.

Nous vous contacterons dans la prochaine semaine pour discuter de votre intérêt à participer au recrutement de ce projet de recherche.

Votre collaboration est importante pour la réalisation de ce projet
et nous tenons à vous en remercier

Responsable du projet
Audrey Lavigne
Programme d'études : maitrise en sexologie, profil recherche-intervention
Courriel : lavigne.audrey.2@courrier.uqam.ca
Téléphone : (514) 953-6468

Direction de recherche
Francine Duquet, Ph.D.
Département : Sexologie
Faculté : Sciences humaines
Courriel : duquet.francine@uqam.ca
Téléphone : (514) 987-3000 poste 4465

APPENDICE D : AFFICHE DE RECRUTEMENT

Questions éthiques

- *Formulaire de consentement vous assurant la confidentialité;*
- *Participation volontaire (droit de retrait en tout temps).*

Avantages à participer:

- *Contribution à l'avancement des connaissances ;*
- *Réflexion quant à vos relations avec les femmes qui vous entourent.*

Risque à participer:

- *Rappel de souvenirs désagréables touchant à la culture du «bitchage» (ressources d'aide fournies au besoin).*

CULTURE DU «BITCHAGE» ENTRE FEMMES?

PLACE DE L'AMITIÉ, DE LA POPULARITÉ ET DE L'AGRESSIVITÉ RELATIONNELLE DANS LES RELATIONS ENTRE FEMMES ÂGÉES DE 18 À 25 ANS

RECHERCHE DE PARTICIPANTES

Vous êtes :
Une femme
Âgée entre 18 et 25 ans
Francophone
Volontaire à participer

Vous devrez :
Participer à une entrevue individuelle
Répondre à un questionnaire

Intéressées à participer? Contactez :

lavigne.audrey.2@courrier.uqam.ca

Audrey Lavigne, B.A. psychologie
Étudiante à la maitrise en sexologie
Profil recherche et intervention
Éducation et promotion de la santé sexuelle
Université du Québec à Montréal (UQÀM)

APPENDICE E : ÉVALUATION D'INSTRUMENTS DE COLLECTE DE DONNÉES PAR UN COMITÉ D'EXPERTS

1. GRILLE D'ÉVALUATION DU QUESTIONNAIRE

La culture du «bitchage» entre femmes : place de l'amitié, de la popularité et de l'agressivité relationnelle dans les relations entre femmes âgées de 18 à 25 ans

Rappel des consignes

Cochez dans la case appropriée (o=oui ; n=non) lorsqu'il y a lieu de le faire, si l'item est:

a) Clair dans sa formulation (pour la compréhension des participantes)
b) Cohérent en regard des éléments conceptuels (amitié, popularité (Pop) et agressivité relationnelle (Ag.Rel.))
c) Pertinent en fonction du modèle théorique utilisé (scripts sexuels de Simon et Gagnon, 1986) ;
   S.Intra : Scripts intrasexuels
   S.Inter : Scripts interpersonnels
   S.Cu. : Scripts culturels
d) Pertinent en fonction des questions de recherche (seulement pour la section D)

Rappel du modèle théorique des Scripts sexuel de Simon et Gagnon (1986)

Concepts	Définition
Scripts culturels	-Prescriptions collectives qui informent sur ce qui est possible de faire ou ce qui ne l'est pas en terme de sexualité ; -Guident et instruisent sur les rôles spécifiques à jouer au niveau de la vie collective.
Scripts interpersonnels	-Réponse de l'acteur au monde extérieur ; -Reflètent ce que l'individu perçoit comme attendu de lui par les autres et ce qu'il attend de lui ; -Sont présents principalement dans différents types d'interactions sociales ; -L'acteur intègre les scripts culturels et les applique au rôle qu'il joue dans les contextes sociaux quotidiens.
Scripts intrapsychiques	-Subjectivité de l'individu, histoire individuelle, réorganisation symbolique qu'il fait de la réalité ; -Schèmes cognitifs structurés ; -Coordonnent la vie mentale et le comportement social.

SECTION A : FICHE SIGNALÉTIQUE

Items renseignements généraux	Choix de réponse	Clarté		Cohérence éléments conceptuels						Pertinence Modèle théorique						Vos commentaires et suggestions
				Amitié		Pop.		Ag.Rel.		S.Intra		S.Inter		S.Co.		
		o	n	o	n	o	n	o	n	o	n	o	n	o	n	
1. Quel est votre âge ?																
2. Où êtes-vous née ?																
3. Quelle est votre origine culturelle ?																
4. Quel est le niveau socioéconomique dans lequel vous vivez ? (adapté d'Otis, 1996)	☐ Très à l'aise : vous avez tout ce dont vous avez besoin, et beaucoup plus ☐ À l'aise : vous avez tout ce dont vous avez besoin et un peu plus ☐ Assez à l'aise : vous avez tout ce dont vous avez besoin, mais sans plus ☐ Pas très à l'aise : vous avez des problèmes financiers de temps à autres ☐ Pas à l'aise du tout : vous avez souvent des problèmes financiers.															
5. Quel est votre statut marital ?	☐ Célibataire ☐ Mariée ☐ Conjointe de fait ☐ Divorcée															

SECTION A : FICHE SIGNALÉTIQUE

Items renseignements Généraux (suite)	Choix de réponse	Clarté		Cohérence éléments conceptuels						Pertinence Modèle théorique						Vos commentaires et suggestions
				Amitié		Pop.		Ag.Rel.		S.Intra		S.Inter		S.Co.		
		o	n	o	n	o	n	o	n	o	n	o	n	o	n	
6. Vous définissez votre orientation sexuelle comme : (Klein, 1993)	☐ Hétérosexuelle seulement ☐ Hétérosexuelle la plupart du temps ☐ Plutôt hétérosexuelle ☐ Hétérosexuelle et homosexuelle à égalité ☐ Plutôt homosexuelle ☐ Homosexuelle la plupart du temps ☐ Homosexuelle seulement															
7. Êtes-vous étudiante ?	☐ Non :passez à la question 8 ☐ Oui : 7.a. Dans quel programme étudiez-vous ?_____ 7.b. Vous étudiez : ☐ À temps partiel ☐ À temps plein															
8. Quel est le dernier niveau de scolarité que vous avez complété ?	☐ Primaire ☐ Secondaire ☐ Collégial ☐ Universitaire 1er cycle ☐ Universitaire cycles supérieurs															
9. Avez-vous un emploi ?	☐ Non : passez à la question 10 ☐ Oui : 9.a. Vous diriez que votre emploi est dans quel domaine ? _____ 9.b. Vous travaillez : ☐ À temps partiel ☐ À temps plein															

SECTION B : THÈMES D'INTÉRÊT

Concept d'amitié : La relation d'amitié est caractérisée par un haut niveau d'intimité et de liberté (Wiseman, 1986). Le croisement de ces caractéristiques est la source de la fragilité du lien, se distinguant des autres relations sociales plus institutionnalisées comme le mariage ou la relation entre employé et patron. Elle est fondée sur l'appréciation de la personnalité de l'autre personne et les attentions que chacun fait pour l'autre. Finalement, la relation d'amitié en est une volontaire, qui génère une culture et une structure propre (Wiseman, 1986). Bref, l'aspect volontaire, le haut niveau d'intimité et de liberté des relations d'amitié sont les dimensions qui peuvent rendre celles-ci fortes ou conflictuelles (Wiseman, 1986). Dans le cadre de notre recherche, l'amitié sera un thème exploré à travers des questions qui portent sur les perceptions des participantes sur le sujet en général et leurs expériences personnelles au sujet d'amitiés qu'elles jugent fortes ou toxiques.

Items Amitié (Wiseman, 1986)	**Choix de réponse**	**Clarté**		**Cohérence éléments conceptuels**						**Pertinence Modèle théorique**						**Vos commentaires et suggestions**
				Amitié		**Pop.**		**Ag.Rel.**		**S.Intra**		**S.Inter**		**S.Cu.**		
		o	n	o	n	o	n	o	n	o	n	o	n	o	n	
10. Parmi vos ami(e)s, il y a en moyenne :	☐ Seulement des femmes ☐ Davantage de femmes que d'hommes ☐ Autant d'hommes que de femmes ☐ Davantage d'hommes que de femmes ☐ Seulement des hommes															
11. Pour quelle(s) raison(s) ? *Autrement dit, comment est-ce que vous vous expliquez cela ?*																

SECTION B : THÈMES D'INTÉRÊT

Concept de popularité : La popularité est opérationnalisée par les sociométristes selon deux critères. D'abord, la popularité sociométrique requiert le jugement des pairs selon lequel une personne est aimable, a beaucoup d'amis et possède de bonnes habiletés sociales (De Bruyn et Cillessen, 2006). La popularité consensuelle, toutefois, est accordée selon un consensus des pairs déterminant qu'une personne jouit d'une visibilité sociale, de prestige, et d'une domination sociale importante (De Bruyn, et Cillessen, 2006). Ce sont ces deux critères qui seront opérationnalisés dans la présente recherche, à travers des questions qui abordent les perceptions des participantes sur le sujet en général et leurs expériences personnelles. Ainsi, en posant des questions sur les caractéristiques des personnes populaires de leur entourage, ou en référant aux modèles présentés dans la culture populaire, il sera possible d'établir des liens avec la popularité consensuelle et la popularité sociométrique.

Items Popularité (De Bruyn et Cillenssen, 2006)	**Choix de réponse**	**Clarté**		**Cohérence éléments conceptuels**						**Pertinence Modèle théorique**						**Vos commentaires et suggestions**
				Amitié		**Pop.**		**Ag.Rel.**		**S.Intra**		**S.Inter**		**S.Cu.**		
		o	n	o	n	o	n	o	n	o	n	o	n	o	n	
12. Quelle est, selon vous, la ou les qualité(s) que vous possédez que votre entourage apprécie le plus ?																
13. Diriez-vous que vous êtes une personne populaire ?	☐ Je pense être très populaire ☐ Je pense être moyennement populaire ☐ Je pense être un peu populaire ☐ Je pense ne pas être populaire ☐ Je ne m'y suis jamais attardée : passez à la question 15															
14. Si vous vous considérez populaire, vous diriez que votre popularité est auprès :	☐ Seulement des femmes ☐ Davantage des femmes que des hommes ☐ Autant des hommes que des femmes ☐ Davantage des hommes que des femmes ☐ Seulement des hommes															

SECTION B : THÈMES D'INTÉRÊT

Concept d'agressivité relationnelle : Le terme «bitchage» sera employé à cause de son utilisation populaire au Québec, et parce que les médias québécois qui se sont penchés sur le sujet ont eu recours au même terme pour définir l'agressivité relationnelle, ou violence indirecte chez les filles et les femmes (Roy, 2015; Saint-Laurent, 2011). L'agressivité relationnelle comprend donc des comportements agressifs indirects comme l'évitement, l'exclusion, le fait de ne pas tenir compte de l'autre, le commérage, faire circuler de fausses rumeurs, ou le dévoilement des secrets d'une autre personne (Agence de Santé Publique du Canada, 2006). Dans le cadre de notre recherche, on considérera les perceptions des participantes sur le «bitchage» et sur leurs expériences personnelles.

Items Agressivité relationnelle (Roy, 2015)	Choix de réponse	Clarté		Cohérence éléments conceptuels						Pertinence Modèle théorique						Vos commentaires et suggestions
				Amitié		Pop.		Ag.Rel.		S.Intra		S.Inter		S.Cu.		
		o	n	o	n	o	n	o	n	o	n	o	n	o	n	
15. D'après vous, en quoi consiste le «bitchage» ?	☐ Éviter une personne ☐ Exclure une personne ☐ Faire du commérage ☐ Dévoiler les secrets d'une autre personne ☐ Faire circuler de fausses rumeurs															
16. À votre connaissance, avez-vous déjà été victime de «bitchage» ?	☐ Souvent ☐ Parfois ☐ À l'occasion ☐ Jamais : passez à la question 19															
17. Si oui, quelle relation aviez-vous avec cette personne ?	☐ Un(e) ami(e) ☐ Un membre de la famille ☐ Une connaissance ☐ Un(e) amoureux(se) ☐ Autre : _____															
18. Si oui, à quel sujet pensez-vous avoir été «bitché» par une autre femme ?	☐ Votre comportement ☐ Vos valeurs ☐ Votre sexualité ☐ Votre apparence ☐ Autre : _____															

SECTION B : THÈMES D'INTÉRÊT

Concept d'agressivité relationnelle : Le terme «bitchage» sera employé à cause de son utilisation populaire au Québec, et parce que les médias québécois qui se sont penchés sur le sujet ont eu recours au même terme pour définir l'agressivité relationnelle, ou violence indirecte chez les filles et les femmes (Roy, 2015; Saint-Laurent, 2011). L'agressivité relationnelle comprend donc des comportements agressifs indirects comme l'évitement, l'exclusion, le fait de ne pas tenir compte de l'autre, le commérage, faire circuler de fausses rumeurs, ou le dévoilement des secrets d'une autre personne (Agence de Santé Publique du Canada, 2006). Dans le cadre de notre recherche, on considérera les perceptions des participantes sur le «bitchage» et sur leurs expériences personnelles.

Items Agressivité relationnelle (Roy, 2015)	Choix de réponse	Clarté		Cohérence éléments conceptuels						Pertinence Modèle théorique						Vos commentaires et suggestions
				Amitié		Pop.		Ag.Rel.		S.Intra		S.Inter		S.Cu.		
		o	n	o	n	o	n	o	n	o	n	o	n	o	n	
19. À votre connaissance, avez-vous déjà «bitché» une autre femme ?	☐ Souvent ☐ Parfois ☐ À l'occasion ☐ Jamais :passez à la section suivante															
20. Si oui, quelle relation aviez-vous avec cette personne ?	☐ Un(e) ami(e) ☐ Un membre de la famille ☐ Une connaissance ☐ Un(e) amoureux(se) ☐ Autre : _____															
21. Si oui, à quel sujet est-ce que vous avez «bitché» une autre femme ?	☐ Son comportement ☐ Ses valeurs ☐ Sa sexualité ☐ Son apparence ☐ Autre :															

SECTION C : CONSOMMATION DE CULTURE POPULAIRE

Items **Réseaux sociaux (CEFRIO, 2013)**	Choix de réponse	Clarté		Cohérence éléments conceptuels						Pertinence Modèle théorique						Vos commentaires et suggestions
				Amitié		Pop.		Ag.Rel.		S.Intra		S.Inter		S.Cu.		
		o	n	o	n	o	n	o	n	o	n	o	n	o	n	
1. Êtes-vous active sur les réseaux sociaux ?	☐ Non:passez à la question 6 ☐ Oui ; Lesquels : ☐ Facebook ☐ Twitter ☐ Instagram ☐ Snapchat ☐ Autre(s) : _____															
2. Combien d'heures consacrez-vous sur les réseaux sociaux par semaine environ ?	☐ 0 à 2h ☐ 3 à 5h ☐ 6 à 8h ☐ 9 à 11h ☐ Plus de 11h															
3. Pour quelle(s) raison(s) êtes-vous active sur les réseaux sociaux ? *Vous pouvez cocher plus d'une case*	☐ Tuer le temps ☐ Communiquer avec des amis et la famille ☐ Être à l'affut des tendances ☐ Faire comme les autres ☐ Autre :_____															
4. Quelle célébrité suivez-vous le plus sur les réseaux sociaux?	☐ Aucune : passez à la question 6 ☐ Il s'agit de _____															
5. Pour quelle(s) raison(s)																

SECTION C : CONSOMMATION DE CULTURE POPULAIRE

Items **Télévision et Cinéma**	Choix de réponse	Clarté		Cohérence éléments conceptuels						Pertinence Modèle théorique						Vos commentaires et suggestions
				Amitié		Pop.		Ag.Rel.		S.Intra		S.Inter		S.Cu.		
		o	n	o	n	o	n	o	n	o	n	o	n	o	n	
6. Écoutez-vous la télévision et des films ?	☐ Non: passez à la question 10 ☐ Oui															
7. Combien d'heures consacrez-vous à la télévision ou au cinéma par semaine environ?	☐ 0 à 2h ☐ 3 à 5h ☐ 6 à 8h ☐ 9 à 11h ☐ Plus de 11h															
8. Quel est votre acteur ou actrice préféré(e) ?	☐ Je n'en ai pas : passez à la question 10 ☐ Il s'agit de _____															
9. Pour quelle(s) raison(s) ?																

SECTION C : CONSOMMATION DE CULTURE POPULAIRE

Items Musique et vidéoclips	Choix de réponse	Clarté		Cohérence éléments conceptuels						Pertinence Modèle théorique						Vos commentaires et suggestions
				Amitié		Pop.		Ag.Rel.		S.Intra		S.Inter		S.Cu.		
		o	n	o	n	o	n	o	n	o	n	o	n	o	n	
10. Écoutez-vous de la musique et des vidéoclips?	☐ Non :passez à la question 14 ☐ Oui															
11. Combien d'heures consacrez-vous à écouter de la musique ou regarder des vidéoclips par semaine environ?	☐ 0 à 2h ☐ 3 à 5h ☐ 6 à 8h ☐ 9 à 11h ☐ Plus de 11h															
12. Quel est votre chanteur ou chanteuse préféré(e)?	☐ Je n'en ai pas ☐ Il s'agit de _____															
13. Pour quelle(s) raison(s) ?																

SECTION C : CONSOMMATION DE CULTURE POPULAIRE

Items Sports	Choix de réponse	Clarté		Cohérence éléments conceptuels						Pertinence Modèle théorique						Vos commentaires et suggestions
				Amitié		Pop.		Ag.Rel.		S.Intra		S.Inter		S.Cu.		
		o	n	o	n	o	n	o	n	o	n	o	n	o	n	
14. Suivez-vous le sport?	☐ Non : passez à la question 18 ☐ Oui															
15. Combien d'heures consacrez-vous à suivre le sport par semaine environ?	☐ 0 à 2h ☐ 3 à 5h ☐ 6 à 8h ☐ 9 à 11h ☐ Plus de 11h															
16. Quelle est votre athlète préféré(e) ?	☐ Je n'en ai pas : passez à la question 18 ☐ Il s'agit de _____															
17. Pour quelle(s) raison(s) ?																

SECTION C : CONSOMMATION DE CULTURE POPULAIRE

Items Mode	Choix de réponse	Clarté		Cohérence éléments conceptuels						Pertinence Modèle théorique						Vos commentaires et suggestions
				Amitié		Pop.		Ag.Rel.		S.Intra		S.Inter		S.Cu.		
		o	n	o	n	o	n	o	n	o	n	o	n	o	n	
18. Accordez-vous de l'importance à la mode?	☐ Pas du tout : passez à la prochaine section : «relations hommes-femmes» ☐ Un peu ☐ Assez ☐ Beaucoup															
19. Combien d'heures consacrez-vous à la mode par semaine environ?	☐ 0 à 2h ☐ 3 à 5h ☐ 6 à 8h ☐ 9 à 11h ☐ Plus de 11h															
20. Diriez-vous que vous êtes une personne à la mode ?	☐ Je pense être très à la mode ☐ Je pense être moyennement à la mode ☐ Je pense être un peu à la mode ☐ Je pense ne pas être à la mode ☐ Je ne m'y suis jamais attardée															

D. RELATIONS HOMMES-FEMMES

ÉSA : Items pour mesurer le niveau de sexisme ambivalent **Pour les questions ci-dessous, veuillez utiliser cette l'échelle pour indiquer votre opinion** (Dardenne et al, 2006 ; Glick et Fiske, 2001) Score total du ÉSA : total de tous les items Score sexisme hostile : total de 2-4-5-7-10-11-14-15-16-18-21 Score sexisme bienveillant : total de 1-3-6-8-9-12-13-17-19-20-22	0-Très en désaccord	1-En désaccord	2-Un peu en désaccord	3-Un peu en accord	4-En accord	5-Très en accord
1. Quel que soit son niveau d'accomplissement, un homme n'est pas vraiment «complet» en tant que personne s'il n'est pas aimé d'une femme.						
2. Sous l'apparence d'une politique d'égalité, beaucoup de femmes recherchent en fait des faveurs spéciales, comme un recrutement en entreprise qui les favorise.						
3. Lors d'une catastrophe, les femmes doivent être sauvées avant les hommes.						
4. La plupart des femmes interprètent des remarques ou des actes anodins comme étant sexistes.						
5. Les femmes sont trop rapidement offensées.						
6. Les gens ne sont pas vraiment heureux dans leur vie s'ils ne sont pas engagés dans une relation avec une personne de l'autre sexe.						
7. Les féministes veulent que les femmes aient plus de pouvoir que les hommes.						
8. Beaucoup de femmes ont une espèce de pureté que la plupart des hommes n'ont pas.						
9. Les femmes devraient être protégées et être aimées par les hommes.						
10. En général, une femme n'apprécie pas à sa juste valeur ce qu'un homme fait pour elle.						
11. Les femmes recherchent le pouvoir en ayant le contrôle sur les hommes.						
12. Tout homme devrait avoir une femme qu'il adore.						
13. Les hommes sont « incomplets » sans les femmes.						
14. Les femmes exagèrent les problèmes qu'elles rencontrent au travail.						
15. Quand une femme a réussi à faire en sorte qu'un homme s'engage envers elle, elle essaie souvent de le tenir en laisse.						
16. Quand les femmes perdent une compétition honnête contre un homme, elles se plaignent pourtant d'être l'objet de discrimination.						
17. Une femme parfaite doit être mise sur un piédestal par son compagnon.						

ÉSA : Items pour mesurer le niveau de sexisme ambivalent (Suite) **Pour les questions ci-dessous, veuillez utiliser cette l'échelle pour indiquer votre opinion** (Dardenne et al, 2006 ; Glick et Fiske, 2001) Score total du ÉSA : total de tous les items Score sexisme hostile : total de 2-4-5-7-10-11-14-15-16-18-21 Score sexisme bienveillant : total de 1-3-6-8-9-12-13-17-19-20-22	0-Très en désaccord	1-En désaccord	2-Un peu en désaccord	3-Un peu en accord	4-En accord	5-Très en accord
19. Les femmes, comparées aux hommes, ont tendance à faire preuve d'un plus grand sens moral.						
20. Les hommes devraient subvenir financièrement aux besoins des femmes, quitte à sacrifier leur propre bien-être.						
21. Les féministes ont des demandes tout à fait exagérées concernant les hommes.						
22. Les femmes, comparées aux hommes, ont tendance à être plus cultivées et à avoir plus de bon-goût.						

Évaluation de l'experte	**Clarté**		**Cohérence éléments conceptuels**						**Pertinence Modèle théorique**						**Cohérence question 3***		**Vos commentaires et suggestions**
			Amitié		**Pop.**		**Ag.Rel.**		**S.Intra**		**S.Inter**		**S.Cu.**				
	o	n	o	n	o	n	o	n	o	n	o	n	o	n	o	n	
L'utilisation de l'Échelle de Sexisme Ambivalent présentée ci-dessus vous apparaît :																	

*Rappel de la question 3 : *Quelles sont les normes de genre dans la culture du «bitchage» présentes dans le discours des femmes interrogées ? Plus précisément, quel est le niveau de consommation des médias populaires, les perceptions des répondantes sur les autres femmes de leur entourage, ainsi que le niveau de sexisme ambivalent de chacune ?*

2. GRILLE D'ÉVALUATION DU SCHÉMA D'ENTREVUE

La culture du «bitchage» entre femmes : place de l'amitié, de la popularité et de l'agressivité relationnelle dans les relations entre femmes âgées de 18 à 25 ans

Rappel des consignes

Cochez dans la case appropriée (o=oui ; n=non) lorsqu'il y a lieu de le faire, si l'item est:

a) Clair dans sa formulation (pour la compréhension des participantes)
b) Cohérent en regard des éléments conceptuels (amitié, popularité (Pop) et agressivité relationnelle (Ag.Rel.))
c) Pertinent en fonction du modèle théorique utilisé (scripts sexuels de Simon et Gagnon, 1986) ;
S.Intra : Scripts intrasexuels
S.Inter : Scripts interpersonnels
S.Cu. : Scripts culturels

Rappel du modèle théorique des Scripts sexuel de Simon et Gagnon (1986)

Concepts	Définition
Scripts culturels	-Prescriptions collectives qui informent sur ce qui est possible de faire ou ce qui ne l'est pas en terme de sexualité ; -Guident et instruisent sur les rôles spécifiques à jouer au niveau de la vie collective.
Scripts interpersonnels	-Réponse de l'acteur au monde extérieur ; -Reflètent ce que l'individu perçoit comme attendu de lui par les autres et ce qu'il attend de lui ; -Sont présents principalement dans différents types d'interactions sociales ; -L'acteur intègre les scripts culturels et les applique au rôle qu'il joue dans les contextes sociaux quotidiens.
Scripts intrapsychiques	-Subjectivité de l'individu, histoire individuelle, réorganisation symbolique qu'il fait de la réalité ; -Schèmes cognitifs structurés ; -Coordonnent la vie mentale et le comportement social.

SCHÉMA D'ENTREVUE

Concept d'amitié : La relation d'amitié est caractérisée par un haut niveau d'intimité et de liberté (Wiseman, 1986). Le croisement de ces caractéristiques est la source de la fragilité du lien, se distinguant des autres relations sociales plus institutionnalisées comme le mariage ou la relation entre employé et patron. Elle est fondée sur l'appréciation de la personnalité de l'autre personne et les attentions que chacun fait pour l'autre. Finalement, la relation d'amitié en est une volontaire, qui génère une culture et une structure propre (Wiseman, 1986). Bref, l'aspect volontaire, le haut niveau d'intimité et de liberté des relations d'amitié sont les dimensions qui peuvent rendre celles-ci fortes ou conflictuelles (Wiseman, 1986). Dans le cadre de notre recherche, l'amitié sera un thème exploré à travers des questions qui portent sur les perceptions des participantes sur le sujet en général et leurs expériences personnelles au sujet d'amitiés qu'elles jugent fortes ou toxiques.

Items Amitié	**Choix de réponse**	**Clarté**		**Cohérence éléments conceptuels**						**Pertinence Modèle théorique**						**Vos commentaires et suggestions**
				Amitié		**Pop.**		**Ag.Rel.**		**S.Intra**		**S.Inter**		**S.Cu.**		
		o	n	o	n	o	n	o	n	o	n	o	n	o	n	
1. En général, qu'est-ce que l'amitié entre femmes représente à vos yeux ?																
1.a. D'après vous, quelles sont les règles d'or pour qu'une bonne amitié entre femmes fonctionne ?																
1.b. Y a-t-il des particularités dans l'amitié entre femmes ? *Si oui, lesquelles ?*																
1.c. Y a-t-il des différences entre l'amitié masculine et l'amitié féminine ? *Si oui, lesquelles ?*																

SCHÉMA D'ENTREVUE

Items Amitié (Suite)	Choix de réponse	Clarté		Cohérence éléments conceptuels						Pertinence Modèle théorique						Vos commentaires et suggestions
				Amitié		Pop.		Ag.Rel.		S.Intra		S.Inter		S.Cu.		
		o	n	o	n	o	n	o	n	o	n	o	n	o	n	
2. Comment décririez-vous vos relations avec les autres femmes qui vous entourent ?																
2.a. Comment vous liez-vous d'amitié avec les autres femmes ?																
2.b. Parlez-moi d'une relation que vous trouvez positive (forte) avec une de vos amies ?																
2.c. Parlez-moi d'une relation que vous trouvez négative (toxique) avec une de vos amies ?																

SCHÉMA D'ENTREVUE

Items Amitié (Suite)	Choix de réponse	Clarté		Cohérence éléments conceptuels						Pertinence Modèle théorique						Vos commentaires et suggestions
				Amitié		Pop.		Ag.Rel.		S.Intra		S.Inter		S.Cu.		
		o	n	o	n	o	n	o	n	o	n	o	n	o	n	
3. Dans les médias, comment trouvez-vous que l'amitié entre femmes est présentée ?																
3.a. Comment est-ce que les amitiés présentées dans les médias rejoignent vos perceptions de l'amitié entre femmes en général ?																
3.b. Dans les médias, y a-t-il un exemple d'amitié qui ressemble à celles que vous vivez ? *Pouvez-vous la décrire ?*																

SCHÉMA D'ENTREVUE

Concept de popularité : La popularité est opérationnalisée par les sociométristes selon deux critères. D'abord, la popularité sociométrique requiert le jugement des pairs selon lequel une personne est aimable, a beaucoup d'amis et possède de bonnes habiletés sociales (De Bruyn et Cillessen, 2006). La popularité consensuelle, toutefois, est accordée selon un consensus des pairs déterminant qu'une personne jouit d'une visibilité sociale, de prestige, et d'une domination sociale importante (De Bruyn, et Cillessen, 2006). Ce sont ces deux critères qui seront opérationnalisés dans la présente recherche, à travers des questions qui abordent les perceptions des participantes sur le sujet en général et leurs expériences personnelles. Ainsi, en posant des questions sur les caractéristiques des personnes populaires de leur entourage, ou en référant aux modèles présentés dans la culture populaire, il sera possible d'établir des liens avec la popularité consensuelle et la popularité sociométrique.

Items Popularité	**Choix de réponse**	**Clarté**		**Cohérence éléments conceptuels**						**Pertinence Modèle théorique**						**Vos commentaires et suggestions**
				Amitié		**Pop.**		**Ag.Rel.**		**S.Intra**		**S.Inter**		**S.Cu.**		
		o	n	o	n	o	n	o	n	o	n	o	n	o	n	
4. En général, qu'est-ce que la popularité représente à vos yeux ?																
4.a D'après vous, quelles motivations amènent quelqu'un à vouloir être populaire ?																
4.b. Quelles qualités doit-on avoir pour être populaire chez une femme selon vous?																
4.c. Comparativement aux hommes ? *Les qualités requises sont-elles les mêmes que chez les femmes ?*																

SCHÉMA D'ENTREVUE

Items Popularité (suite)	**Choix de réponse**	**Clarté**		**Cohérence éléments conceptuels**						**Pertinence Modèle théorique**						**Vos commentaires et suggestions**
				Amitié		**Pop.**		**Ag.Rel.**		**S.Intra**		**S.Inter**		**S.Cu.**		
		o	n	o	n	o	n	o	n	o	n	o	n	o	n	
5. Comment décririez-vous votre niveau de popularité auprès de votre entourage?																
5.a. Pour quelles raisons selon vous?																
5.b. Dans votre entourage, l'amie ou connaissance la plus populaire possède quelles caractéristiques ? *Positives comme négatives ?*																

SCHÉMA D'ENTREVUE

Items Popularité (Suite)	Choix de réponse	Clarté		Cohérence éléments conceptuels						Pertinence Modèle théorique						Vos commentaires et suggestions
				Amitié		Pop.		Ag.Rel.		S.Intra		S.Inter		S.Cu.		
		o	n	o	n	o	n	o	n	o	n	o	n	o	n	
6. Dans les médias, comment la popularité chez les femmes est-elle représentée selon vous ?																
6. a. Dans les médias, quelle importance trouvez-vous que la popularité prend dans la vie des femmes ?																
6.b. Dans les médias, y-a-t-il un exemple de femme/personnage qui incarne bien votre idée de popularité ? *Pouvez-vous me la décrire ?*																
6.c. D'après vous, pour quelles raisons cette femme/personnage est-elle populaire ?																

SCHÉMA D'ENTREVUE

Concept d'agressivité relationnelle : Le terme «bitchage» sera employé à cause de son utilisation populaire au Québec, et parce que les médias québécois qui se sont penchés sur le sujet ont eu recours au même terme pour définir l'agressivité relationnelle, ou violence indirecte chez les filles et les femmes (Roy, 2015; Saint-Laurent, 2011). L'agressivité relationnelle comprend donc des comportements agressifs indirects comme l'évitement, l'exclusion, le fait de ne pas tenir compte de l'autre, le commérage, faire circuler de fausses rumeurs, ou le dévoilement des secrets d'une autre personne (Agence de Santé Publique du Canada, 2006). Dans le cadre de notre recherche, on considérera les perceptions des participantes sur le «bitchage» et sur leurs expériences personnelles.

Items Agressivité relationnelle	Choix de réponse	Clarté		Cohérence éléments conceptuels						Pertinence Modèle théorique						Vos commentaires et suggestions
				Amitié		Pop.		Ag.Rel.		S.Intra		S.Inter		S.Cu.		
		o	n	o	n	o	n	o	n	o	n	o	n	o	n	
7. En général, comment trouvez-vous que les femmes gèrent leurs conflits ?																
7.a. En général, qu'est-ce que le «bitchage» selon vous ? *Qu'est-ce que cela représente à vos yeux ?*																
7.b. Comment le «bitchage» entre femmes se manifeste-t-il concrètement ?																
7.c. Selon vous, est-ce différent ou semblable chez les hommes ? *Comment est-ce que vous vous expliquez cela ?*																

SCHÉMA D'ENTREVUE

Items Agressivité relationnelle (Suite)	Choix de réponse	Clarté		Cohérence éléments conceptuels						Pertinence Modèle théorique						Vos commentaires et suggestions
				Amitié		Pop.		Ag.Rel.		S.Intra		S.Inter		S.Cu.		
		o	n	o	n	o	n	o	n	o	n	o	n	o	n	
8. D'après vous, pour quelle(s) raison(s) est-ce que l'on «bitche» quelqu'un ?																
8.a. Avez-vous déjà été victime de «bitchage »? *Développez.*																
8.b. Avez-vous déjà «bitché» quelqu'un ? *Développez.*																
8.c. Dans votre entourage, l'amie ou collègue qui est victime de «bitchage» possède quelles caractéristiques ?																
8.d. Dans votre entourage, l'amie ou collègue qui «bitche» possède quelles caractéristiques ?																

SCHÉMA D'ENTREVUE

Items Agressivité relationnelle (Suite)	Choix de réponse	Clarté		Cohérence éléments conceptuels						Pertinence Modèle théorique						Vos commentaires et suggestions
				Amitié		Pop.		Ag.Rel.		S.Intra		S.Inter		S.Cu.		
		o	n	o	n	o	n	o	n	o	n	o	n	o	n	
9. Dans les médias, comment trouvez-vous que les conflits entre femmes sont représentés ?																
9.a. Dans les médias, le «bitchage» prend quelle importance dans les relations entre femmes ? *Comment est-ce que vous vous expliquez cela ?*																
9. b. Dans les médias, y a-t-il un exemple de femme/ personnage qui incarne bien cette culture de «bitchage» ? *Ou l'image de la «bitch» ? Développez.*																
9.c. L'exemple des médias que vous m'avez donné ressemble-t-il à une personne de votre entourage ?																

SCHÉMA D'ENTREVUE

Réflexions supplémentaires, question de conclusion	Choix de réponse	Clarté		Cohérence éléments conceptuels						Pertinence Modèle théorique						Vos commentaires et suggestions
				Amitié		Pop.		Ag.Rel.		S.Intra		S.Inter		S.Cu.		
		o	n	o	n	o	n	o	n	o	n	o	n	o	n	
10. Pour finir, après tout ce dont nous avons parlé, y-a-t-il autre chose que vous aimeriez partager ?																

Vous pouvez ajouter ici commentaires, suggestions, ou toute autre idée que vous jugez pertinente à l'évaluation du schéma d'entrevue qui sera utilisé auprès des jeunes femmes participantes.

_____

_____

_____

_____

_____

_____

Merci de votre précieuse collaboration !

APPENDICE F : FORMULAIRE DE CONSENTEMENT

FORMULAIRE DE CONSENTEMENT

UQÀM **Faculté des sciences humaines**
Université du Québec à Montréal

Culture du «bitchage» entre femmes ? Place de l'amitié, de la popularité et de l'agressivité relationnelle dans les relations entre femmes âgées de 18 à 25 ans

Personne responsable du projet
Chercheuse responsable du projet : Audrey Lavigne
Programme d'études : Sexologie, maitrise profil recherche-intervention
Adresse courriel : lavigne.audrey.2@courrier.uqam.ca

Direction de recherche
Direction de recherche : Francine Duquet, Ph,D.
Département : Sexologie
Faculté : Sciences humaines
Courriel : duquet.francine@uqam.ca
Téléphone : (514) 987-3000 poste 4465

But général du projet
Vous êtes invitée à prendre part à un projet visant à documenter le phénomène de la culture du «bitchage» entre femmes, en explorant les thèmes de l'amitié, de la popularité, et de l'agressivité relationnelle dans les relations entre femmes âgées de 18 à 25 ans. Plus spécifiquement, quelle est la place de l'amitié, de la popularité et de l'agressivité relationnelle entre femmes auprès de jeunes femmes âgées de 18 à 25 ans ; quelles sont les perceptions des jeunes femmes sur les représentations des femmes, des relations entre femmes, et de la culture du «bitchage» dans la culture populaire; quelles sont les normes de genre associées à la culture du «bitchage» ; autrement dit, dans quelle mesure la culture du «bitchage» est-elle associée aux femmes et alimentée par les femmes ?

Tâches qui vous seront demandées
Votre participation consiste à donner une entrevue individuelle au cours de laquelle il vous sera demandé de décrire votre expérience en ce qui concerne vos relations avec les autres femmes, sous les thèmes de l'amitié, de la popularité et de l'agressivité relationnelle. Un questionnaire vous sera aussi remis pour recueillir des informations personnelles (âge, situation économique, appartenance culturelle, etc.) et sur votre consommation de médias populaires. L'entrevue est enregistrée, avec votre permission, et prendra environ une heure et demie de votre temps. La rencontre se tiendra dans une salle de l'UQAM ou une salle de l'établissement scolaire ou professionnel que vous fréquentez. Le moment de l'entrevue est à convenir entre vous et la chercheuse responsable du projet. La transcription sur support informatique qui en suivra ne permettra pas de vous identifier, car votre nom sera remplacé par un code numérique.

Moyens de diffusion
Les résultats de cette recherche seront publiés dans un mémoire de maîtrise et dans un article scientifique qui sera soumis à une revue scientifique. Si vous le souhaitez, les résultats de la présente recherche vous seront communiqués lorsqu'ils seront disponibles.

Avantages et risques
Votre participation contribuera à l'avancement des connaissances par une meilleure compréhension des relations entre femmes et de la culture du «bitchage». De plus, elle peut être bénéfique pour votre réflexion sur les relations entre femmes en général, ou sur vos propres relations personnelles.
De même, il pourrait y avoir un risque d'inconfort associé à votre participation à cette rencontre. Vous demeurez libre de ne pas répondre à une question que vous estimez embarrassante, sans avoir à vous justifier. Certaines questions pourraient raviver des émotions vécues lors d'expériences désagréables liées à la culture du «bitchage» entre femmes. Dans pareil cas, la chercheuse offrira son soutien et fournira des ressources d'aide à la fin de la rencontre, leur consultation étant à votre discrétion.

Anonymat et confidentialité
Il est entendu que les renseignements recueillis lors de l'entrevue sont confidentiels et que seules la personne responsable du projet et sa direction de recherche auront accès à l'enregistrement de votre entrevue et au contenu de sa transcription. Le matériel de recherche (enregistrement numérique et transcription codée) ainsi que votre formulaire de consentement seront conservés séparément sous mot de passe numérique par la personne responsable du projet, pour la durée totale du projet. Les enregistrements ainsi que les formulaires de consentement et données du projet seront détruits définitivement trois ans après le dépôt du mémoire.

Participation volontaire
Votre participation à ce projet est volontaire. Cela signifie que vous acceptez de participer au projet sans aucune contrainte ou pression extérieure et que, par ailleurs, vous être libre de mettre fin à votre participation en tout temps au cours de cette recherche. Dans ce cas, les renseignements vous concernant seront détruits. Votre accord à participer implique également que vous acceptez que la responsable du projet puisse utiliser aux fins de la présente recherche (incluant la publication d'articles, d'un mémoire, la présentation des résultats lors de conférences ou de communications scientifiques) les renseignements recueillis à la condition qu'aucune information permettant de vous identifier ne soit divulguée publiquement.

Questions sur le projet et sur vos droits
Vous pouvez contacter la personne responsable du projet pour des questions additionnelles. Vous pouvez également discuter avec la direction de recherche des conditions dans lesquelles se déroule votre participation et de vos droits en tant que personne participant à la recherche.
Le projet auquel vous allez participer a été approuvé au plan de l'éthique de la recherche avec des êtres humains par le Comité d'éthique de la recherche pour les projets étudiants (CERPE) de la Faculté des sciences humaines de l'UQAM. Pour toute question ne pouvant être adressée à la direction de recherche ou pour formuler une plainte ou des commentaires, vous pouvez contacter la présidente du comité par l'intermédiaire de la coordination du CERPE :
cerpe4@uqam.ca, 514-987-3636.

Ressources de soutien psychologique
Tel-Aide (ligne d'écoute et de soutien psychologique): 514-935-1101
Clinique de sexologie de l'UQAM: 514-987-3000 poste 4453, Pavillon Thérèse-Casgrain, 455, boulevard René-Lévesque Est, Montréal, H2L 4Y2
Suicide Action Montréal (ligne d'écoute pour la prévention du suicide): 1-866-APPELLE

Culture du «bitchage» entre femmes ? Place de l'amitié, de la popularité et de l'agressivité relationnelle dans les relations entre femmes âgées de 18 à 25 ans

SIGNATURES FORMULAIRE DE CONSENTEMENT

1. Responsable du projet

Je déclare avoir expliqué le but, la nature, les avantages et les risques du projet à la personne participante et avoir répondu au meilleur de ma connaissance aux questions posées.

Audrey Lavigne
Programme d'études : maitrise en sexologie, profil recherche-intervention
Courriel : lavigne.audrey.2@courrier.uqam.ca

_____
Audrey Lavigne, responsable du projet

_____
Date

2. Participante

Je reconnais avoir lu le présent formulaire et consens volontairement à participer à ce projet de recherche. Je reconnais aussi que la personne responsable du projet a répondu à mes questions de manière satisfaisante et que j'ai disposé de suffisamment de temps pour réfléchir à ma décision de participer. Je comprends que ma participation à cette recherche est totalement volontaire et que je peux y mettre fin en tout temps, sans pénalité d'aucune forme, ni justification à donner. Il me suffit d'en informer la personne responsable du projet.

_____
Signature de la participante

_____
Date

Résultats de la recherche

Je souhaite être informée des résultats de la recherche lorsqu'ils seront disponibles :
☐Oui ☐Non

_____
_____
Nom en lettres moulées, courriel

Votre collaboration est importante pour la réalisation de ce projet et nous tenons à vous en remercier

APPENDICE G : ARBORESCENCE

Objectif général : explorer les perceptions de jeunes femmes âgées entre 18 et 25 ans sur la place de l'agressivité relationnelle dans les relations entre femmes, et ses liens avec l'amitié et la popularité.

OBJECTIF 1 : Quel est le vécu des jeunes femmes quant à leurs relations entre femmes à l'adolescence et à l'âge adulte, plus précisément en regard de l'amitié, de la popularité et de l'agressivité relationnelle («bitchage») ?

Définition personnelle de l'amitié entre femmes

1.1.1. Partage de temps, d'intérêts, et d'activités communes (n=5)

1.1.2. Partage de confidences (n=4)

1.1.3. Soutien émotionnel (n=2)

1.1.4. Deuxième famille (n=2)

1.2. Conditions et valeurs pour qu'une bonne amitié entre femmes fonctionne

1.2.1. Partage de valeurs (n=8) [respect (n=5) ; honnêteté (n=3) ; loyauté (n=3)]

1.2.2. La complicité et la bonne entente (n=7)

Définitions personnelles de la popularité

5.1.1. Popularité était plus importante au secondaire (n=4)

5.1.2. Popularité associée à l'appréciation des gens (n=4)

5.1.3. Popularité c'est être connu ou connaître beaucoup de gens (n=3)

5.1.4. Popularité c'est se démarquer des autres (n=3)

5.4. Motivations en regard de la popularité chez les femmes

5.4.1. Pour être acceptée et aimée (n=6)

5.4.3. Pour susciter l'envie (n=2)

5.4.4. Pour combler un besoin d'exister (n=1)

5.4.5. Par peur d'être différent (n=1)

Définitions personnelles du «bitchage»

12.1.1. Tout le monde fait du « bitchage » (n=3)

12.1.2. Associé à l'immaturité et l'adolescence (n=2)

12.1.3. Méchanceté gratuite (n=2)

12.1.4. Difficulté à définir le « bitchage » en soi (n=1)

12.2. Comportements associés au « bitchage »

12.2. 1. Parler contre une personne (n=8)

12.2.2. Manipuler son entourage (n=4)

12.2.3. Être hypocrite (n=4)

12.2.4. Raconter des potins (n=2)

12.2.5. Faire circuler des rumeurs (n=2)

12.2.6. Révéler des secrets (n=1)

12.2.7. Juger les autres (n=1)

Amitié à l'adolescence

3.1. Création d'amitié à l'adolescence

3.1.1. Par regroupement (n=6)

3.1.2. Avec le contexte, ou à travers les activités (n=6)

3.1.3. Avec les habiletés sociales (n=5)

3.3. Liens affectifs et relationnels avec les autres filles à l'adolescence

3.3.1. Liens affectifs et relationnels avec les autres filles étaient difficiles (n=6)
3.3.2. Liens affectifs et relationnels avec les autres filles étaient positifs (n=4)

Description d'une amie populaire à l'adolescence

6.1.1. Belle apparence (n=9)

6.1.2. Bonnes habiletés sociales (n=8)

6.1.3. Grand cercle social (statut) (n=6)

6.1.4. Pas forcément gentille (n=4)

6.1.5. Richesse (n=3)

6.1.6. Impliquée (n=2)

6.1.7. Assurance (n=2)

7.1.2 Niveau subjectif de popularité à l'adolescence

Manifestations du «bitchage» à l'adolescence
- 15.1. Phénomène de groupe (n=5)
- 15.2. Apparence physique et style vestimentaire (n=3)
- 15.3. Rumeurs sur les fréquentations et comportements sexuels (n=3)
- 15.4. Compétition pour l'attention d'un garçon (n=2)
- 15.5. « Bitchage » et popularité vont de pair (n=2)
- 15.6. Rabaisser l'autre (n=2)
- 15.7. Parler contre une autre (n=2)
- 15.8. Conflits (n=2)
- 15.9. Rejet (n=1)

Expériences personnelles en lien avec le «bitchage» à l'adolescence

Amitié à l'âge adulte
- 3.2. Création d'amitié à l'âge adulte
  - 3.2.1. Par l'intermédiaire d'habiletés sociales (n=4)
  - 3.2.2. Par l'intermédiaire de valeurs communes (n=3)
  - 3.2.3. Par l'intermédiaire du contexte ou des activités (n= 2)
  - 3.2.4. Par l'intermédiaire de regroupement, « amis d'ami(e) » (n=1)
- 3.4. Liens affectifs et relationnels avec les autres femmes à l'âge adulte
  - 3.4.1. Liens affectifs et relationnels avec les autres femmes sont positifs (n=5)
  - 3.4.2. Affirmation de soi plus présente dans l'amitié à l'âge adulte (n=2)
  - 3.4.3. Relations sont moins intimes qu'à l'adolescence (n=2)
  - 3.4.4. Relations sont fusionnelles (n=1)

Description d'une amie populaire à l'âge adulte
- 6.2.1. Apparence physique attirante (n=4)
- 6.2.2. Bonnes habiletés sociales (n=4)
- 6.2.3. Une femme qui contrôle son image (n=3)
- 6.2.4. Grand cercle social (n=3)

6.2.5. Une femme qui s'affirme (n=2)

6.2.6. Une femme impliquée (n=2)

7.1.3 Niveau subjectif de popularité à l'âge adulte

Manifestations du «bitchage» à l'âge adulte

16. Manifestations de « bitchage » à l'âge adulte

16.1. Bitchage en milieu de travail (n=3)

16.3. « Bitchage » plus insidieux, plus hypocrite et plus méchant (n=3)

16.2. « Bitchage » lors d'une soirée entre amies (n=2)

16.4. Critiquer par jalousie (n=3)

16.5. Parler contre une autre (n=2)

16.6. Conflit de valeurs (n=1)

16.7. Poser un jugement (n=1)

16.8. « Bitchage » à l'âge adulte est immature (n=1)

17. Expériences personnelles en lien avec l'agressivité relationnelle

Perceptions générales sur la gestion de conflit entre femmes

10.1.1. Dialoguer franchement (n=5)

10.1.2. Gestion de conflit dépend des gens et des relations (n=4)

10.1.3. Parler à d'autres personnes externes au conflit (n=3)

10.1.4. Exploser après accumulation (n=2)

10.1.5. Mettre fin à la relation (n=2)

10.1.6. Communiquer agressivement (n=1)

10.1.7. Ne sais pas (n=1)

OBJECTIF 2 : Quelles sont les perceptions des jeunes femmes des relations entre femmes, notamment en regard de l'amitié, de la popularité et de l'agressivité relationnelle («bitchage») dans la culture populaire ?

Représentations médiatiques de l'amitié entre femmes dans la culture populaire

4.2.1. Semblent conflictuelles et hypocrites (n=8)

4.2.2. Sont tournées autour des hommes (n=5)

4.2.3. Sont stéréotypées et superficielles (n=5)

4.2.4. Donnent une image négative des femmes et de leurs relations (n=2)

4.2.5. Quelques séries montrent des relations intéressantes entre femmes (n=2)

Représentations de l'amitié entre femmes dans les réseaux sociaux

4.1.1. Mettent l'emphase sur l'image (les plus belles, les plus cools, les plus sexy) (n=4)

4.1.2. Mettent en scène l'amitié (n=3)

4.1.3. Peuvent être sources de conflits entre amies (n=3)

4.1.4. Reflètent notre cercle social (n=1)

Représentations médiatiques de la popularité dans la culture populaire

8.2. Représentations de la popularité dans la culture populaire.....

8.2.1. La fille populaire a une belle apparence physique (n=7)

8.2.2. La fille populaire a un mauvais rôle : méchante, manipulatrice, hypocrite (n=5)

8.2.3. La fille populaire n'a pas de vraies amies (n=4)

8.2.4. La fille populaire suscite l'envie ou la jalousie (n=4)

8.2.5. Représentations prennent place dans un monde adolescent et stéréotypé (n=4)

Représentations de la popularité sur les réseaux sociaux

8.1.2. La popularité se mesure au nombre et à l'importance des *likes* (n=6)

8.1.3. Importance de l'apparence pour les filles (n=5)

8.1.4. Réseaux sociaux permettent l'accessibilité des modèles (n=3)

8.1.5. Façon de montrer une vie intéressante (n=3)

Représentations médiatiques des conflits entre femmes dans la culture populaire

9.2.1. Manifestations d'agressivité psychosociale (n=6)

i) Révéler des secrets, faire circuler des rumeurs (n=2)

ii) Hypocrisie, parler dans le dos (n=2)

iii) Passif agressif (n=1)

iiii) Violence verbale (n=1)

9.2.2. Stéréotypes et exagération des conflits entre femmes (n=6)

9.2.3. Les causes des conflits sont illégitimes

9.2.4. Enjeux tournant autour de la sexualité des filles (n=1)

Représentations des conflits entre femmes dans les réseaux sociaux

9.1.1. Plate-forme pour les insultes gratuites (n=4)

9.1.2. Rend le conflit public (n=3)

9.1.3. Exclusion par les médias sociaux (n=3)

9.1.4. Utilisation des réseaux pour obtenir des informations (*stalker*) (n=2)

9.1.5. Pas d'exemple concret (n=2)

9.1.6. Débats idéologiques (n=1)

Archétype de la «bitch» dans les médias populaires

Concordance entre les représentations médiatiques de l'amitié entre femmes et les amitiés réelles

4.3.1. Représentations de l'amitié dans les médias ne rejoignent pas les perceptions (n=9)

4.3.2. Représentations de l'amitié dans les médias rejoignent les perceptions de l'amitié des participantes (n=5)

OBJECTIF 3 : Quelles sont les perceptions des jeunes femmes sur les différences de genre concernant l'amitié, la popularité et l'agressivité relationnelle («bitchage»)

Perceptions sur l'amitié féminine et l'amitié masculine

2.1. L'amitié féminine et l'amitié masculine sont différentes (n=8)

2.1.1. L'amitié féminine est plus complexe (n=4)

2.1.2. Intimité plus grande entre femmes (n=3)

2.2. L'amitié féminine et l'amitié masculine sont semblables (n=6)

2.2.1. La définition de l'amitié est la même (n=6)

2.2.2. Les sujets de discussion sont les mêmes (n=2)

2.2.3. L'amitié comme lieu de partage d'expériences liées au genre (n=3)

2.3. L'amitié homme-femme

2.3.1. L'attirance physique se pose à un moment (n=2)

Qualités requises pour être populaire selon le sexe

5.2. Qualités requises pour qu'une femme soit populaire

5.2.1. Bonnes habiletés sociales (n=8)

5.2.2. Belle apparence (n=5)

5.2.3. Contrôle son image (n=2) 5.2.4.

Impliquée (n=2)

5.3. Qualités requises pour qu'un homme soit populaire

5.3.1. Charisme, beauté (n=6)

5.3.2. Bonnes habiletés sociales (n=4)

5.3.3. Drôle (n=4)

5.3.4. Avoir un bon contact avec les femmes (n=2)

5.3.5. À l'aise financièrement (n=1)

Gestion de conflits et «bitchage» selon le sexe

11.3. « Bitchage » chez les femmes

11.3.1. Le « bitchage » est propre aux milieux de femmes (n=3)

11.3.2. Les femmes sont susceptibles (n=3)

11.3.3. Les femmes sont sensibles (n=2)

11.3.4. Les femmes ont besoin d'approbation (n=1)

11.4. Sujets de « bitchage » chez les femmes

11.4.1. Apparence (n=3)

11.4.2. Sexualité (n=1)

11.1. « Bitchage » chez les hommes

11.1.1. Les hommes sont directs et détachés (n=3)

11.1.2. Les hommes informent (n=3)

11.1.3. Les hommes sont dans l'action (n=1)

11.1.4. Les hommes sont diplomates (n=1)

11.2. Sujets de « bitchage » chez les hommes

11.2.1. Les femmes (n=5)

11.2.2. La situation socio-économique (n=3)

11.2.3. La masculinité (n=2)

11.2.4. Le comportement (n=1)

11.2.5. La compétence (n=1)

11.5. Similitudes entre les hommes les femmes dans la gestion de conflits et le « bitchage »

11.5.1. Les hommes «bitchent» autant que les femmes (n=3)

11.5.2. Les motivations sont les mêmes (n=2)

11.5.3. Ne sais pas (n=2)

APPENDICE H : SCHÉMA D'ANALYSE

Scripts sexuels	Scripts culturels : guident et instruisent sur les rôles spécifiques à jouer au niveau de la vie collective; prescriptions collectives	Scripts intrapsychiques : subjectivité de l'individu et son histoire individuelle, réorganisation symbolique qu'il fait de la réalité ; mélange de culturels, éléments d'expériences perso. Organisés en schèmes cognitifs structurés qui coordonnent la vie mentale		Scripts interpersonnels : réponse de l'acteur au monde extérieur; reflètent ce que l'individu perçoit comme attendu de lui par les autres et ce qu'il attend de lui (intégration des scripts culturels et applications au rôle qu'il joue dans les contextes sociaux) Se voit dans les types de rencontre avec les autres			Points discussion : (A,P,AR) sont une conjugaison des représentations médiatiques, de la définition personnelle et expériences vécues à l'ado. et adulte
	Représentations médiatiques des femmes et de leurs relations	Définitions personnelles des thèmes à l'étude	Définition en regard du genre	Vécu des relations entre filles à l'adolescence	Vécu des relations entre femmes à l'âge adulte	Vécu des relations entre femmes sur les rés. sociaux	
Amitié	L'amitié entre femmes dans les médias populaires : un portrait qui fait défaut de la réalité des relations féminines	L'amitié entre femmes : relation multidimensionnelle, conditionnelle aux valeurs partagées et à la compatibilité des personnalités	L'amitié entre femmes selon le sexe: la complexité et l'intimité sont particulières aux relations féminines	L'impératif de créer de nouvelles amitiés et d'appartenir à un groupe modulent les relations	L'importance du partage des valeurs modulent les relations	L'amitié entre femmes sur les réseaux sociaux : un outil de négociation de l'image et des relations	Scripts cult. non cohérents avec la réalité rapportée ; scripts intraperso contient éléments genrés ; rés.sociaux démonstration de négociation
Popularité	La popularité chez les femmes dans les médias populaires : l'archétype de la fille populaire se caractérise par la beauté	La popularité chez les femmes : désir d'appréciation, d'acceptation et de reconnaissance sociale	La popularité selon le sexe : approbation par rapport à un idéal de féminité et de masculinité	Certaines caractéristiques permettent l'acquisition d'un statut dans l'école (++ similaire à médias)	Certaines caractéristiques permettent l'acquisition d'un grand cercle social (++ en lien avec valeurs)	La popularité sur réseaux sociaux : outils de mesure de l'approbation de l'image et des relations	Scripts cult.= prescriptions féminité acceptable. Négociation pour acceptation et appréciation dans vécu et rés. sociaux
Ag. relationnelle	Les conflits entre femmes dans les médias populaires : un portrait stéréotypé des femmes et de leurs relations «bitchage» entre femmes dans les médias populaires : l'archétype de la «bitch» se caractérise par sa méchanceté	L'agressivité relationnelle («bitchage») : un éventail de comportements qualifiés de communs et immatures	La gestion de conflits et «bitchage» selon le sexe: un phénomène humain altéré par le genre	Vécu du « bitchage » entre filles à l'adolescence : cliques, conflits, et popularité Auteures: colère et accept. des autres On rabaisse / Victimes : tristesse et déval. Perso. -Ressources mises en place tournées vers la dénonciation et la punition	Vécu du « bitchage » à l'âge adulte : milieu de travail, négativité et jalousie Auteures: colère et conflit de valeurs On juge / Victimes : trahison et déception -Stratégies adoptées et facteurs de protection tournés vers l'adoption d'une attitude positive et l'authenticité	Conflits et AR («bitchage») entre femmes sur les réseaux sociaux : un outils de désapprobation	Scripts.cult. associe conflit fem. Avec bitchage, immaturité, etc. Vécu=façon de vivre colère/ désapprobation Presque la totalité des participantes ont été à la fois victimes et auteures de bitchage,
Point Discussion	Stéréotypés/ hétéronormatives : L'hétéronormativité module les relations entre femmes dans les médias: A-P-AR tourné autour de l'intérêt pour les hommes (prendre soin de soi, parler d'eux, leur plaire, être jalouses entre elles pour leur attention)	Les définitions personnelles (A,P,AR) sont le résultat de la dynamique entre les représentations médiatiques (qui informent sur les rôles à jouer), le vécu à l'adolescence /âge adulte (élément d'expérience perso.) ; schème cognitif qui coordonne la vie mentale; structures de références en constant changement (dynamique d'inter-influence des scripts) qui leur permettent de penser leurs relations		À l'adolescence les relations entre filles (A,P,AR) prennent place dans école ; importance du groupe et amitié; influence ++ des représentations médiatiques pour négociation de la pop. (archétypes similaires-pop consensuelle). Importance de l'approbation : négociation = pop ou bitchage	À l'âge adulte les relations entre femmes prennent place dans un environnement plus diversifié et moins restreint que l'école. Importance des valeurs; influence moins présente des représentations média. (archétypes plus diversifié –pop sociométrique), plus en lien avec valeurs= pop et bitchage	Réseaux sociaux = outil de négociation des représentations médiatiques – de l'image- des relations. Nouvelle dimension /environnement des relations féminines (A,P,AR).	Hétéronormativité +stéréotypes sexuels dans discours sur relations féminines Vécu et réseaux sociaux caractérisés par négociation de féminité acceptable

APPENDICE I : CERTIFICAT ÉTHIQUE

UQÀM | Comités d'éthique de la recherche avec des êtres humains

No. de certificat: 1248

Certificat émis le: 07-07-2016

CERTIFICAT D'APPROBATION ÉTHIQUE

Le Comité d'éthique de la recherche pour les projets étudiants impliquant des êtres humains (CERPE 4: sciences humaines) a examiné le projet de recherche suivant et le juge conforme aux pratiques habituelles ainsi qu'aux normes établies par la *Politique No 54 sur l'éthique de la recherche avec des êtres humains* (Janvier 2016) de l'UQAM.

Titre du projet:	La culture du «bitchage» entre femmes: place de l'amitié, de la popularité et de la médisance dans les relations entre femmes âgées de 18 à 25 ans
Nom de l'étudiant:	Audrey LAVIGNE
Programme d'études:	Maîtrise en sexologie (concentration recherche-intervention)
Direction de recherche:	Francine DUQUET

Modalités d'application

Toute modification au protocole de recherche en cours de même que tout événement ou renseignement pouvant affecter l'intégrité de la recherche doivent être communiqués rapidement au comité.

La suspension ou la cessation du protocole, temporaire ou définitive, doit être communiquée au comité dans les meilleurs délais.

Le présent certificat est valide pour une durée d'un an à partir de la date d'émission. Au terme de ce délai, un rapport d'avancement de projet doit être soumis au comité, en guise de rapport final si le projet est réalisé en moins d'un an, et en guise de rapport annuel pour le projet se poursuivant sur plus d'une année. Dans ce dernier cas, le rapport annuel permettra au comité de se prononcer sur le renouvellement du certificat d'approbation éthique.

Thérèse Bouffard
Présidente du CERPE 4 : Faculté des sciences humaines
Professeure, Département de psychologie

RÉFÉRENCES

Agarwal, A., Zheng, J., Kamath, S., Balasubramanian, S., et Dey, S. A. (2015). Key female characters in film have more to talk about besides men: Automating the bechdel test. Dans *Proceedings of the 2015 Conference of the North American Chapter of the Association for Computational Linguistics: Human Language Technologies* (pp. 830-840).

Agence de santé publique du Canada. (2006). *Les filles agressives - Aperçu.* Récupéré le 15 décembre 2015 de http://www.canadiancrc.com/ASPC-Les_filles_agressives-Aper%C3%A7u.aspx

Alemán, A. M. M. (2010). College women's female friendships: A Longitudinal view. *The Journal of Higher Education, 81*(5), 553-582.

Arnett, J. J. (2000). Emerging Adulthood: A theory of the development from the late teens through the twenties. *American Psychologist, 55*(5), 469-180.

Attwood, F. (2007). Sluts and riot grrrls: Female identity and sexual agency. *Journal of Gender Studies, 16*(3), 233-247.

Aubrey, J.S. et Frisby, C.M. (2011). Sexual objectification in music videos: A content analysis comparing gender and genre. *Mass communication and Society, 14*(4), 475-501.

Bae, M.S. (2011). Interrogating girl power: girlhood, popular media, and postfeminism. *Visual arts research, 37*(2), 28-40.

Bailey, C. (2003). Bitching and talking/gazing back: Feminism as critical reading. *Women and Language, 26*(2), 1.

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, 17*(1), 112-149

Bay-Cheng, L.Y. (2015). The agency line: A neoliberal metric for appraising young women's sexuality. *Sex Roles, 73,*(7-8), 279-291.

Beals, F. (2014). Sugar, spice and everything nice: Just what are deviant girls made of?. *Women's Studies Journal,28*(2), 57.

Beattie, M. (1987). Recherche féministe : recherche novatrice. Dans J. Deslauriers, (dir.), *Les méthodes de la recherche qualitative* (p.133-141). Québec : Presses de l'Université du Québec

Beaud, J. (2010). L'échantillonnage. Dans B. Gauthier, (dir.), *Recherche sociale, de la problématique à la collecte de données* (5e édition, p.251-283). Québec : Presses de l'Université du Québec

Bechdel, A. (1985). *The Rule.* Dans: Dykes to Watch Out For.

Behm-Morawitz, E., et Mastro, D.E. (2008). Mean girls? The influence of gender portrayals in teen Movies on emerging adults' gender-based attitudes and beliefs. *Journalism & Mass Communication Quarterly, 85*(1), 131-146.

Bethune, J., et Gonick, M. (2017). Schooling the mean girl: a critical discourse analysis of teacher resource materials. *Gender and Education, 29*(3), 389-404.

Blais, M., Fortin-Pellerin, L., Lampron, È. M., et Pagé, G. (2007). Pour éviter de se noyer dans la (troisième) vague: réflexions sur l'histoire et l'actualité du féminisme radical. *Recherches féministes, 20*(2), 141-162.

Blais, M., et Lévy, J.J. (2018). *Qu'est-ce que l'érotisme?: Philosophie, sciences sociales, clinique* : Montréal : éditions LIBER.

Blais, M., et Martineau, S. (2006). L'analyse inductive générale: description d'une démarche visant à donner un sens à des données brutes. *Recherches qualitatives, 26*(2), 1-18.

Blais, M., Raymond., S. Manseau, H. et Otis, J. (2009). La sexualisté des jeunes Québécois et Canadiens. Regard critique sur le concept d'«hypersexualisation». *Globe, 12*(2), 23-46.

Bozon, M., et Giami, A. (1999). Présentation de l'article de John Gagnon. *Actes de la recherche en sciences sociales, 128*(1), 68-72.

Braun, V. et Clarke, V (2006). Using thematic analysis in psychology, *Qualitative Research in psychology, 3*(2). 77-101

Caron, C. (2009). Les adolescentes dans le discours médiatique québécois : une présence paradoxale. *Université Laval.* 20 p.

CEFRIO, Bureau d'intervieweurs professionnels (BIP), (2013). Les adultes québécois toujours très actifs sur les médias sociaux, *NETendances 2013, 4*(1), 13p.

Charest-Sigouin, V. (2014, 16 juillet). Culture du «bitchage» : les femmes sont-elles leurs pires ennemies ? *Elle Québec.* Récupéré de http://www.ellequebec.com/societe/reportages/article/culture-du-bitchage-les-femmes-sont-elles-leurs-pires-ennemies

Chesler, P., (2009). *Woman's inhumanity to woman.* New York: Chicago Review Press

Cogoni, C., Carnaghi, A. et Silani, G. (2018). Reduced empathic responses for sexually objectified women: An fMRI investigation. *Cortex, 99*, 258-272.

Conseil du Statut de la Femme. (2008). Sexe dans les médias : obstacle aux rapports égalitaires. *Avis*, 109p.

Coy, M. (2009). Milkshakes, lady lumps and growing up to want boobies : How the sexualisation of popular culture limits girls' horizons. *Child Abuse Review, 18*(6), 372-383.

Crothers, L.M., Field, J.E., et Kolbert, J.B. (2005). Navigating power, control, and being nice: Aggression in adolescent girls' friendships. *Journal of Counseling & Development. 83*(3), 349-354

Currie, D.H., Kelly, D.M., et Pomerantz, S. (2007). 'The power to squash people': understanding girls' relational aggression. *British Journal of Sociology of Education, 28*(1), 23-37.

Dardenne, B., Delacollette, N., Grégoire, C., Lecocq, D. (2006). Structure latente et validation de la version française de l'Ambivalent Sexism Inventory: l'échelle de sexisme ambivalent. *L'année psychologique, 106*(2), 235-264.

De Beauvoir, S. (1949). *Le Deuxième Sexe, tome I,* Paris, Gallimard.

De Bruyn, E.H., et Cillessen, A.H. (2006). Heterogeneity of girls' consensual popularity: Academic and interpersonal behavioral profiles. *Journal of Youth and Adolescence, 35*(3), 412-422.

De Bruyn, E.H., Cillenssen, A.H., et Weisfeld, G.E. (2012). Dominance-popularity status, behavior, and the emergence of sexual activity in young adolescents. *Evolutionary psychology, 10*(2). 296-319.

Descarries, F. et Mathieu, M. (2010). *Étude: entre le rose et le bleu: stéréotypes sexuels et construction sociale du féminin et du masculin.* Conseil du statut de la femme, Direction des communications.

Deslauriers, J. (1991). *Recherche Qualitative. Guide pratique.* Montréal, McGraw Hill. 142 p.

Destouches, V. (2014, 27 janvier). Le *bitchage* : une science inexacte. *L'actualité.* Récupéré de http://lactualite.com/societe/2014/01/27/le-bitchage-une-science-inexacte/

Dompierre, S. (2017, 3 mai). Le «Bitchage» : les jeux psychologiques (partie 1). *Le RIME.*Récupéré au https://le-rime.com/articles/bitchage-jeux-psychologiques-partie-1/

Duncan, N., et Owens, L. (2011). Bullying, social power and heteronormativity: Girls'constructions of popularity. *Children & Society, 25*(4), 306-316.

Duquet, F. (2005). *Les représentations de la performance dans la séduction, les relations amoureuses et les relations sexuelles des adolescents : élaboration et validation d'un instrument de mesure.* (Thèse de doctorat, Tome I). Université de Montréal.

Duquet, F., et Quéniart, A. (2009). Perceptions et pratiques de jeunes du secondaire face à l'hypersexualisation et à la sexualisation précoce. *Rapport de recherche ; Projet: «Outiller les jeunes face à l'hypersexualisation».*

Durand, C. et Blais, A. (2010). La mesure. Dans B. Gauthier, (dir.), *Recherche sociale, de la problématique à la collecte de données* (5e édition, p.227-250). Québec : Presses de l'Université du Québec.

Eadie, J. (2004). *Sexuality: The essential glossary*. London : Édition Arnold.

Friedan, B. (2001). The Feminine Mystique. 1963. *New York*: W.W. Norton & Company.

Garcia, D., Weber, I., et Garimella, V.R.K. (2013). *Gender Asymmetries in reality and Fiction: The Bechdel Test of Social Media*. Communication présentée à The 8th international conference on weblogs and social media, Ann Arbor, Michigan.

Gerbner, G. (1998). Cultivation analysis: An Overview. *Mass Communication and Society, 1*(3/4), 175-194.

Gill, R. (2012). Media, empowerment and the 'sexualization of culture' debates. *Sex Roles, 66*(11-12), 736-745.

Ging, D. et Norman, J.O. (2016). Cyberbullying, conflict management or just messing? Teenage girls'understanding and experiences of gender, friendship, and conflict on Facebbok in an Irish second-level school. *Feminist Media Studies, 16*(5), 805-821

Glick,P. et Fiske, S.T. (2001). An ambivalent alliance: Hostile and benevolent sexism as complementary justifications for gender inequality. *American Psychologist, 56*(2), 109-118.

Goldberg, R. M. (2009). *Psychological Warfare: The media and relational aggression among female college students*.(Thèse de doctorat). University of Florida.

Goldfarb, L. (2006). Réflexion sur les liens entre la sexualisation précoce des filles et la violence: proposition d'un cadre d'analyse. *Canadian Woman Studies, 25*(1).

Gonick, M. (2004). The mean girl crisis: problematizing representations of girls friendships. *Feminism & Psychology, 14*(3), 395-400.

Goulet, M., Cantin, S., Archambault, I., et Vitaro, F. (2014). L'influence des amis sur l'engagement scolaire au secondaire: la popularité des élèves comme variable modératrice? *Canadian Journal of behavioural science/Revue canadienne des sciences du comportement. 47*(2), 141-152

Graber, R., Turner, R. et Madill, A. (2016). Best friends and better coping: Facilitating psychological resilience through boys' and girls' closest friendships. *British Journal of Psychology, 107*(2), 338-358.

Groupe de recherche interdisciplinaire sur les méthodes qualitatives (1997). *La méthodologie qualitative : diversité des champs et des pratiques de recherche au Québec.* Rapport présenté au Conseil de la recherche sociale. Centre international de criminologie comparée. Université de Montréal, Québec. 291p.

Guendouzi, J. (2001). You'll think we're always bitching': The functions of cooperativity and competition in women's gossip. *Discourse Studies, 3*(1) 29-51.

Hains, R.C. (2009). Power Feminism, mediated: Girl power and the commercial politics of change. *Women's Studies in Communication, 32*(1), 89-113.

Hamilton, L. D., Newman, M. L., Delville, C. L. et Delville, Y. (2008). Physiological stress response of young adults exposed to bullying during adolescence. *Physiology & behavior, 95*(5), 617-624.

Herek, G.M. (1990). The context of anti-gay violence: notes on cultural and psychological heterosexism. *Journal of interpersonal violence 5*(3), 316-333

Hernandez L., Oubrayrie-Roussel N., et Prêteur, Y. (2012). Relations sociales entre pairs à l'adolescence et risque de désinvestissement scolaire. *Neuropsychiatrie de l'enfance et de l'adolescence 60*, 87-93

Holterman, L. A., Murray-Close, D. K. et Breslend, N. L. (2016). Relational victimization and depressive symptoms: the role of autonomic nervous system reactivity in emerging adults. *International journal of psychophysiology, 110*, 119-127.

Jackson, S. (2015). Genre, sexualité et hétérosexualité: la complexité (et les limites) de l'hétéronormativité. *Nouvelles questions féministes 2*(34), 64-81

Jackson, S., et Vares, T. (2015). Too many bad role models for us girls': Girls, female pop celebrities and 'sexualisation'. *Sexualities, 18*(4), 480-498.

Lamb, S., et Peterson, Z.D. (2012). Adolescent girls' sexual empowerment: Two feminists explore the concept. *Sex Roles, 66*(11-12), 703-712.

Lampron, È. (2012). *Entre cohésion et divisions : les relations entre femmes auteures en France et en Italie (1770-1840).* (Thèse de doctorat). Université de Montréal. Récupéré de *Papirus*, dépôt institutionnel de l'Université de Montréal. https://papyrus.bib.umontreal.ca/xmlui/handle/1866/9120

Lang, M. (2011). 'L'agentivité sexuelle' des adolescentes et des jeunes femmes: une définition. *Recherches féministes, 24*(2), 189-209

Lansu, T. A. et Cillessen, A. H. (2012). Peer status in emerging adulthood: Associations of popularity and preference with social roles and behavior. *Journal of Adolescent Research, 27*(1), 132-150.

Lebreton, C. (2009). Les revues québécoises pour adolescentes et l'idéologie du girl power. *Recherches féministes, 22*(1), 85-103.

Lebrun, M., Lacelle, N., Boutin, J. (2013). La littératie médiatique à l'école: une (r)évolution multimodale. *Globe, 16*(1), 71-89

Loi visant à prévenir et à combattre l'intimidation et la violence à l'école. LQ. (2012). c.19. Récupéré de http://www2.publicationsduquebec.gouv.qc.ca/dynamicSearch/telecharge.php?type=5&file=2012C19F.PDF

Marquis, J. (2014). *Étude esthétique de chorégraphies de vidéoclips populaires actuels (2009- 2012) au regard de la rhétorique publicitaire et de la sexualisation.* (Mémoire de maîtrise). Université du Québec à Montréal. Récupéré d'Archipel, l'archive de publications électroniques de l'UQAM http://www.archipel.uqam.ca/6773/

Mavin, S., et Grandy, G. (2016). A theory of abject appearance: Women elite leaders' intra-gender "management" of bodies and appearance. *human relations, 69*(5), 1095- 1120.

Mavin, S., Grandy,G., Williams, J. (2014). Experiences of women elite leaders doing gender: Intra-gender micro-violence between women. *British Journal of Management, 25*(3). 439-455.

McAndrew, F.T. (2014). The "sword of a woman": Gossip and female aggression. *Aggression and violent behavior, 19*(3), 196-199.

McGuire, J., et Leaper, C. (2016). Competition, Coping, and Closeness in young Heterosexual Adults' Same-Gender Friendships. *Sex Roles,* 1-14.

McRobbie, A. Malbois, F., et Varilek, P. (2009). L'ère des topgirls : les jeunes femmes et le nouveau contrat sexuel. *Nouvelles Questions Féministes, 28*(1), 14-34.

Ministère de l'Éducation et de l'Enseignement supérieur (MEES). (2018). *Contenus détaillés en éducation à la sexualité.* Québec : Gouvernement du Québec. Récupéré de http://www.education.gouv.qc.ca

Ministère de la Famille (2015). *Ensemble contre l'intimidation, une responsabilité partagée: Plan d'action concerté pour prévenir et contrer l'intimidation 2015-2018.* Québec : Gouvernement du Québec. Récupéré de https://www.mfa.gouv.qc.ca/fr/publication/Documents/plan-action-

Nengeh Mensah, M. (2009). Sexe, médias et ... hypermoralisation. *Globe, 12*(2), 169-180

Niland, P., Lycons, A.C., Goodwin, I., et Hutton, F. (2015). Friendship work on Facebook: Young adults' understanding and practices of friendship. *Journal of Community & Applied Social Psychology, 25*(2), 123-137.

O'Connor, P. (1992). *Friendships between women.* The Guilford Series on Personnal Relationships. The Guilford Press, New York. *224 p.*

Pasquier, D. (2005). La «culture populaire» à l'épreuve des débats sociologiques. *Hermès, La Revue,* (2), 60-69.

Pelletier-Dumas, M. (2011). *Liens entre la popularité, l'estime de soi, les habitudes de consommation de médias, y compris ceux sexuellement explicites et les conduites sexualisées chez les adolescent (e) s de 14-15 ans.* (Mémoire de maitrise). Université du Québec à Montréal. Récupéré de *Archipel* dépôt institutionnel de l'Université du Québec à Montréal. http://www.archipel.uqam.ca/4635/1/M12081.pdf

Poulin, R. (2009). Apparence, hypersexualisation et pornographie. *Nouveaux cahiers du socialisme,1*, 227-245.

Poupart, J. (2011). Tradition de Chicago et interactionnisme: des méthodes qualitatives à la sociologie de la déviance. *Recherches qualitatives, 30*(1), 178-199.

Ringrose, J. (2008). 'Just be friends': exposing the limits of educational bully discourses for understanding teen girls' heterosexualized friendships and conflicts. *British Journal of sociology of education, 29*(5). 509-522

Ringrose, J. (2006). A new Universal Mean girl: examining the discursive construction and social regulation of a new feminine pathology. *Feminism & Psychology. 16*(4) 405-424

Ringrose, J. et Renold, E. (2010). Normative cruelties and gender deviants: the performative effects of bully discourses for girls and boys in school, *British Educational Research Journal, 36*(4) 573-596

Rose, S. (2000). Heterosexism and the study of women's romantic and friend relationships. *Journal of social issues, 56*(2), 315-328

Roy, J. (2015). *#Bitch : Les filles et la violence*, Montréal : Les éditions de l'homme.

Roy, J. (prod.) et Laurencelle, M. (réal.). (2015). *#Bitch-Les filles et la violence* [Film documentaire] Montréal : Maison de production Trio Orange.

Sabourin, P. (2010). L'analyse de contenu. Dans Gauthier (dir.), *Recherche sociale : de la problématique à la collecte de données* (p.415-444). Québec : Presses de l'Université du Québec.

Saint-Laurent, M. (2011). *Le Bitchage*, Montréal : Béliveau

Saint-Martin, L. et Gibeau, A. (2012). «Exit les oreilles»: parodie, ironie et humour féministes dans Nunuche et Nunuche gurlz. *Recherches féministes 25*(2), 25-41

Samson, A. (2009, 19 mai). Les ravages du «bitchage». *Journal Métro de Montréal.* Récupéré au http://journalmetro.com/plus/carrieres/12174/les-ravages-du-bitchage/

Savoie, A. (2007, Mars, Avril). Envoyez-vous en l'air, qu'ils disaient, *La Gazette des Femmes,* 28(5),1-3.

Savoie-Zajc, L. (2010). L'entrevue semi-dirigée. Dans B. Gauthier, (dir.), *Recherche sociale, de la problématique à la collecte de données* (5e édition, p.335-360). Québec : Presses de l'Université du Québec.

Simon, W., et Gagnon, J.H. (1986). Sexual scripts: Permanence and change. *Archives of sexual behavior, 15*(2), 97-120.

Sotirin, P. (2000). " All they do is bitch bitch bitch": Political and interactional features of women's officetalk. *Women and language, 23*(2), 19.

Steeves, V. (2014). *Jeunes Canadiens dans un monde branché, Phase III : Tendances et recommandations.* Ottawa : HabiloMédias. Répéré le 3 octobre 2017 au https://habilomedias.ca/sites/mediasmarts/files/publicationreport/full/jcmbiii_tendances_recommandations_rapport.pdf

Stefanone, M. A., Lackaff, D. et Rosen, D. (2010). The relationship between traditional mass media and "social media": Reality television as a model for social network site behavior. *Journal of Broadcasting & Electronic Media, 54*(3), 508-525.

Tel-Jeunes. (2012). *Section Intimidation.* Récupéré le 30 novembre 2015 de http://teljeunes.com/informetoi/intimidation

Tisseron, S. (2011). Intimité et extimité. *Communications 1*(88). 83-91

Urban dictionnary (2018). *Stalking*. Récupéré le 22 janvier 2018 de https://www.urbandictionary.com/define.php?term=stalker

Vaillancourt, T., et Sharma, A. (2011). Intolerance of sexy peers: Intrasexual competition among women. *Aggressive Behavior 37*. 569-577

Vaillancourt, T. (2013). Do human females use indirect aggression as an intrasexual competition strategy? *Philosophical Transactions of the Royal Society, B: Biological sciences, 368*,(1631), 20130080-20130080.

Valocchi, S. (2005). Not yet queer enough: The lessons of queer theory for the sociology of gender and sexuality. *Gender and society, 19*(6), 750-770

Van Damme, S. (2004). Comprendre les Cultural Studies: une approche d'histoire des savoirs. *Revue d'histoire moderne et contemporaine, 5*(51), 48-58.

Vesey, A. (2016). Mixing in feminism, *Popular Music and Society, 39*(2). 202-221.

Waldron, L.M. (2011). 'Girls Are Worse' Drama Queens, Ghetto Girls, Tomboys, and the Meaning of Girl Fights. *Youth & Society*, *43*(4), 1298-1334.

Walker, K. (1994). Men, women, and friendship: What they say, what they do. *Gender & Society, 8*(2), 246-265.

Wiederman, M.W. (2014). *Sexual script theory: Past, present, and future*. Dans J. DeLamater, R.F. Plante (eds.), Handbook of the Sociology of Sexualities, Handbooks of Sociology and Social Research, DOI 10.1007/978-3-319-17341-2_2

Wiliams, B.T. (2006). Girl power in a digital world: Considering the complexity of gender, literacy, and technology. *Journal of Adolescent & Adult Literacy, 50*(4). 300-307.

Wiseman, R. (2002). *Queen Bees and Wannabes: Helping Your Daughter Survive Cliques, Gossip, Boyfriends and Other Realities of Adolescence*. New York: Crown.

Wiseman, J.P. (1986). Friendship: Bonds and binds in a voluntary relationship. *Journal of social and personal relationships, 3*(2), 191-211.