

UNIVERSITÉ DU QUÉBEC À MONTRÉAL

LA PERSPECTIVE DU « CARE » AU SEIN DES PRATIQUES FÉMINISTES
NUMÉRIQUES : LE CAS DE COMPTES INSTAGRAM FÉMINISTES
FRANÇAIS

MÉMOIRE
PRÉSENTÉ
COMME EXIGENCE PARTIELLE
MAÎTRISE EN COMMUNICATION

PAR
LÉA MULLER

OCTOBRE 2021

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.10-2015). 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 mémoire n'aurait jamais pu aboutir sans toutes les personnes que j'ai pu croiser au cours de sa réalisation ni de ceux qui m'entourent au quotidien.

Je tiens tout d'abord à remercier Michelle Stewart, ma directrice de mémoire, pour son implication, ses précieux conseils et son soutien sans faille. Sa disponibilité, ses relectures exigeantes et sa grande rigueur ont constitué une aide précieuse dans la réalisation de ce mémoire. Je la remercie également de m'avoir permis de terminer ce mémoire à distance, en France, auprès de ma famille.

Je remercie ensuite toutes les personnes ayant participé à la réalisation de ce mémoire à savoir Katharina Niemeyer pour ses cours inspirants ainsi que ses grandes connaissances en matière de féminismes et de genre. Christine Thoër pour m'avoir aiguillée et aidée à préciser mon sujet de mémoire lors de ses cours sur les stratégies de recherche qualitative.

Enfin, je tiens à remercier ma mère et mon père qui m'ont permis de réaliser cette expérience tout en me soutenant durant ces deux ans et demi de maîtrise à l'UQAM malgré une distance de milliers de kilomètres outre-atlantiques. Je remercie tout particulièrement mon compagnon de route depuis quelques années, Boris, qui a toujours cru en moi et qui m'a soutenu moralement tout au long de cette belle expérience.

Merci également à mes chères amies, Chiara, Elsa, Audrey, pour leur soutien, leurs précieux conseils et leur amitié infaillible.

DÉDICACE

À mon arrière-grand-mère, Madeleine.

TABLE DES MATIÈRES

INTRODUCTION.....	2
1. CHAPITRE I PROBLÉMATIQUE.....	5
1.1. De la Première à la Troisième Vague féministe : les débuts d'un large mouvement.....	5
1.2. Le débat à propos d'une Quatrième Vague féministe	10
1.3. Pertinence communicationnelle	21
QUESTION GÉNÉRALE DE RECHERCHE	23
2. CHAPITRE II CADRE THÉORIQUE	25
2.1. La recherche féministe.....	25
2.2. La Quatrième Vague féministe : une mobilisation numérique participative.....	26
2.3. La perspective du care dans les pratiques féministes	31
2.3.1. La perspective du care selon C. Gilligan (1982).....	31
2.3.2. L'évolution des réflexions à propos du care.....	33
2.3.3. L'éthique du care dans les mouvements féministes actuels : Bourgault et Perreault (2019).....	34
2.4. L'empowerment : une pratique mobilisatrice	39
2.5. L'affect comme moyen de mobilisation : personnalisation de la cause.....	43
3. CHAPITRE III MÉTHODOLOGIE	46
3.1. La stratégie méthodologique	46
3.1.1. Posture épistémologique	46
3.1.2. Approche qualitative	50
3.2. Choix de la plateforme	52
3.2.1. Le média Instagram.....	52
3.3. Étapes de la recherche	54
3.3.1. Exploration des comptes sélectionnés.....	55
3.3.1.1. cecile.dormeau.....	56

3.3.1.2. clitrevolution	56
3.3.1.3. coucoulesgirls.....	56
3.3.1.4. femen_official	57
3.3.1.5. les_glorieuses	57
3.3.1.6. the_s.i.m.o.n.e.s.....	57
3.4. Enregistrement des publications.....	58
3.4.1. Collecte des données	59
3.4.2. Choix de la période	59
3.4.3. Construction de la grille d'analyse.....	60
3.5. Analyse de contenus	62
3.5.1. Ajustements pour une analyse affinée.....	66
3.5.2. Nuages de mots : textes descriptifs des publications Instagram	67
4. CHAPITRE IV PRÉSENTATION DES RÉSULTATS	75
4.1. Stratégie Instagram des comptes étudiés.....	76
4.1.1. Gestion et objectifs.....	77
4.1.2. Contenus.....	78
4.2. Analyse théorique et textuelle	81
4.2.1. cecile.dormeau.....	82
4.2.2. clitrevolution	84
4.2.3. coucoulesgirls.....	89
4.2.4. femen_official	92
4.2.5. les_glorieuses	96
4.2.6. the_s.i.m.o.n.e.s.....	99
4.3. Analyse de contenus et pratique	100
4.3.1. cecile.dormeau.....	101
4.3.2. clitrevolution	104
4.3.3. coucoulesgirls.....	106

4.3.4. femen_official	109
4.3.5. les_glorieuses	112
4.3.6. the_s.i.m.o.n.e.s.....	113
5. CHAPITRE V ANALYSE ET DISCUSSION DES RÉSULTATS	117
5.1. Discussion des résultats obtenus.....	118
5.1.1. Principaux constats.....	118
5.2. Comparaison avec le codage sur NVivo.....	120
5.2. La relation entre la perspective du care et l’empowerment.....	123
5.2.1. La création d’une communauté numérique.....	123
CONCLUSION	127
ANNEXE A Compte Instagram “noustoutesorg”, les six publications du 14 au 15 novembre 2019	131
ANNEXE B Compte Instagram “noustoutesorg”, les six publications du 15 au 16 novembre 2019	132
ANNEXE C Compte Instagram “noustoutesorg”, les six publications du 19 au 20 novembre 2019	133
BIBLIOGRAPHIE	134

RÉSUMÉ

Ce mémoire propose une étude comparative de la pratique du *care* sur des comptes Instagram français se présentant comme étant « féministes » en adéquation avec la définition théorique du *care* selon Carol Gilligan (1982) ou celle selon les auteures Sophie Bourgault et Julie Perreault (2019). En effet, cette recherche se base tout d'abord sur une étude théorique de l'éthique du *care* en s'appuyant sur deux textes fondateurs de cette perspective : « Une voix différente. La morale a-t-elle un sexe ? » de Carol Gilligan (1982) et « Le care. Ethique féministe actuelle » de Sophie Bourgault et Julie Perreault (2019). Cette comparaison théorique permet ensuite à la recherche d'explorer sous quelles formes ces définitions sont pratiquées numériquement grâce à un échantillon de 6 comptes Instagram français décrits comme étant « féministes » : cecile.dormeau, clitrevolution, coucoulesgirls, femen_official, les_glorieuses et the_s.i.m.o.n.e.s. La méthodologie de cette étude repose sur une analyse de contenus à travers des publications pré-sélectionnés sur chacun des six comptes Instagram choisis. Cette recherche explore ainsi les différentes formes de pratique du *care* selon deux définitions théoriquement distinctes en mettant en exergue les thèmes abordés et les mots clés utilisés sur chaque compte Instagram. Afin de mener à bien cette recherche, celle-ci comprend également une étude historique et contextuelle des mouvements féministes et présente l'évolution du terme d'« *empowerment* » à travers les différentes vagues féministes tout en discutant de sa place (re-)définie depuis l'usage des médias socionumériques.

Mots-clés : mouvements féministes, quatrième vague féministe, perspective du *care*, Instagram, analyse de contenus.

INTRODUCTION

Longtemps rendue discrète, l'éthique du *care* est apparue au cours de la deuxième vague féministe et a évolué jusqu'à devenir un véritable champ d'études féministes. Mais avant d'intégrer les sciences sociales, c'est d'abord dans le domaine de la psychologie que l'éthique du *care* trouve son origine, notamment dans les travaux en psychologie du développement moral de Carol Gilligan (1982) (Molinier, 2010).

Avec l'avènement des médias socionumériques, la perspective du *care* se rend désormais publique et s'intègre dans un espace où les champs réflexifs, moraux et féministes sont largement discutés. En effet, s'intégrant aux mouvements féministes entre les années 2000 et le début des années 2010, les médias socionumériques incarnent désormais un « nouveau féminisme » (Jouët et al., 2017, p. 24) dans lequel le riche héritage laissé par les féministes de la seconde vague nécessite quelques transformations. Une évolution des luttes, des définitions et des idées féministes précédentes est en marche et la perspective du *care* en fait partie. La définition théorique donnée par leurs prédécesseuses est alors revue par les féministes de la troisième vague pour une définition plus moderne, davantage en accord avec cette nouvelle vague. Cette nouvelle définition peut ainsi faire face à une dimension d'Internet démocratisée et accessible dans les pays occidentaux, où nous constatons « un renouvellement des débats d'idées et des modes de participation au politique, constituant alors un terreau fertile pour l'émancipation et l'*empowerment* » (Bertrand, 2018, p. 232). Et la perspective du *care* joue ici un rôle constructeur dans l'apparition d'un *empowerment*, ou empuissance, numérique puisque les utilisateurs.trices

peuvent désormais s'engager à distance en faisant partie d'un groupe virtuel, en laissant des témoignages écrits, en signant des pétitions numériques, etc. Il est alors possible de nommer cette forme de féminisme le « féminisme virtuel », propice à « la création et l'appropriation des actions féministes sur Internet par les militant.e.s » (Weil, 2017, p. 66).

Avec les médias socionumériques, comme Instagram par exemple, les thèmes s'intéressant aux violences faites aux femmes, au sexisme, à la misogynie ou encore à la liberté des corps féminins sont représentés différemment ; ils sont davantage abordés dans l'espace public non traditionnel¹ mais également critiqués et amènent ainsi de nouveaux débats et questionnements. Aussi, les médias socionumériques permettent notamment aux mouvements féministes d'atteindre les populations jeunes et de s'ouvrir à de nouvelles stratégies, communications, outils permettant de se mobiliser en plus grand nombre ou simplement de s'organiser. On constate un regain d'intérêt pour ces mouvements féministes contemporains engendrant alors « chez les acteurs des espoirs de changements paradigmatiques du point de vue de l'action collective » (Bertrand, 2018, p. 235).

Bien avant l'avènement des médias socionumériques, la perspective du *care* se pratiquait au sein des mouvements féministes physiques. Mais qu'en est-il aujourd'hui de la perspective du *care* ? Ces luttes numériques pratiquent-elles encore une perspective du *care* ? Est-ce que ce *care* numérique joue réellement un rôle dans la notion d'*empowerment* ? Tout cela soulève de nombreux questionnements vis-à-vis

¹ C'est-à-dire que les médias socionumériques n'ont pas le même statut que les médias dits « traditionnels » comme la presse ou la télévision car, selon Dominique Cardon, « Internet recompose l'espace public » mais « l'émancipation des publics sur Internet ne signifie pas la disparition des formes consacrées de la démocratie représentative, la presse et les industries culturelles. Elle se caractérise en revanche par des interdépendances nouvelles qui obligent ces dernières à dialoguer et à interagir avec les productions amateurs » (Cardon, D. 2010. Les réseaux sociaux en ligne et l'espace public. *L'Observatoire*, 37, 74-78. <https://doi.org/10.3917/lobs.037.0074>)

de cette perspective, de son utilisation numérique et de son impact. Comment l'éthique du *care* s'est adaptée au monde virtuel ? Comment s'intègre-t-elle aux mouvements féministes numériques ? Finalement, comment est-elle définie depuis les écrits de Gilligan (1982) et comment est-elle pratiquée au sein de la quatrième vague féministe ?

PROBLÉMATIQUE

1.1. De la Première à la Troisième Vague féministe : les débuts d'un large mouvement

Bien que le féminisme appartienne désormais au langage courant, celui-ci a toujours été tenu en lisière de l'histoire traditionnelle (Riot-Sarcey, 2008). Son histoire discontinue et conflictuelle est structurée par le passé et les contextes socio-politiques ayant traversé les dernières décennies d'après l'auteure Michèle Riot-Sarcey (2008). Au fur et à mesure des années, le mouvement féministe s'est divisé en trois grandes périodes historiques voire plus puisque, depuis les années 2000, des chercheur.e.s parlent même d'une quatrième période. Mais il est parfois difficile de délimiter les périodes temporelles des vagues féministes car les différent.e.s auteur.e.s ne s'entendent pas sur ces distinctions ni même sur le terme conceptuel de « vague ».

A partir des années 1930, le mouvement féministe s'est déployé par périodes, communément appelées des « vagues » (Pavard, 2018) et délimitées par un ensemble d'évènements. Pour expliquer ces vagues, nous avons choisi de nous fier à l'article « Faire naître et mourir les vagues : comment s'écrit l'histoire des féminismes » (2018) de l'auteure Bibia Pavard qui regroupe une pluralité de recherches et de propos d'auteur.e.s originaires de différents pays, spécialisé.e.s en histoire, en féminismes ou encore en sociologie. Pour expliquer la métaphore de la

« vague », Bibia Pavard annonce que « la vague, dans l’imaginaire politique, évoque la puissance d’un mouvement qui balaye l’ensemble de la société pour la transformer en profondeur » (p. 1). C’est donc une forme utilisée pour décrire l’histoire des féminismes, expliquer les « creux » et les ruptures selon les événements historiques et les contextes socio-économiques et politiques traversant ces différentes périodes et permettant également de « découper l’histoire en tranches » (Le Goff, 2014 cité dans Pavard, 2018, p. 2).

La métaphore des ressacs féministes met l’accent à la fois sur les temporalités et sur l’intensité : il y a des vagues et des creux de la vague, des moments forts pendant lesquels la vague se forme et déferle et des moments de calme après la tempête qui peuvent être associés à des retours de bâton ou backlash. (Faludi, 1991 citée dans Pavard, 2018, p. 2)

Cette auteure explique qu’il y a eu, à la fin du XVIIIe siècle, une « émergence de voix individuelles et collectives revendiquant l’égalité entre les sexes dans des contextes révolutionnaires » (Pavard, 2018, p. 1) mais que les premières organisations de revendication n’ont émergées qu’au milieu du XIXe siècle. Pavard révèle alors que la première vague féministe s’étend du XIXe siècle aux années 1930 et s’intéresse aux droits civils et civiques des femmes. En effet, au début du XXe siècle, on assiste à une période correspondant à la première vague féministe qui s’étend approximativement des années 1850 aux années 1930 (Pavard, 2018). Lors de celle-ci, la lutte féministe est principalement centrée sur l’égalité salariale et les conditions de travail des femmes, que celui-ci soit domestique ou ouvrier, car, en France par exemple, elles sont huit millions de travailleuses ayant un salaire bien inférieur à celui des hommes (Riot-Sarcey, 2008). Durant cette même période et plus précisément à partir de 1916, en Grande-Bretagne, au Canada et aux Etats-Unis, les

thèmes de luttes féministes s'élargissent aux questions du suffrage qui restent d'actualité jusqu'en 1944, peu avant la fin de la Seconde Guerre Mondiale en Europe. En effet, à quelques années d'intervalle entre 1920 et 1930, ces trois pays accordèrent le droit de vote aux femmes, de façon limitée d'abord durant plusieurs années car seules certaines femmes avaient ce privilège (femme adulte blanche de plus de 30 ans). Puis, entre les années 1920 et 1930, soit pendant l'entre-deux-guerres, les féministes abordaient, en plus d'être sur le front du suffrage, les questions liées à la maternité et la procréation puisque la société « déplorait la faiblesse de la natalité » (Riot-Sarcey, 2008, p. 71). Nous remarquons alors que la vie personnelle des femmes relève désormais de la sphère publique puisque les femmes sont soumises à une pression sociale d'ordre natal.

Puis, dans les années 1960-1970, dans un contexte états-unien, une deuxième vague émerge « davantage centrée sur la lutte des femmes contre le patriarcat et pour les libertés » (Pavard, 2018, p. 1) avec comme thèmes principaux la sexualité, les luttes contre le sexisme, les droits liés à la procréation, la violence domestique (Pavard, 2018). Cette seconde vague marque également « une rupture [...] dans la manière de s'organiser (refus de leaders, de l'institutionnalisation, groupes informels et spontanés) » (Pavard, 2018, p. 3). Malgré sa période plutôt courte (fin des années 1960 à la fin des années 1970), la deuxième vague féministe annonce « un nouveau mouvement féministe révolutionnaire distinct du mouvement ouvrier, par les femmes et pour les femmes, luttant contre leur oppression spécifique » (Pavard, 2018, p. 3). Cette deuxième vague a brisé le concept de division des sphères privée et publique avec le slogan « le privé est politique » (Pavard, 2018 ; Thébaud, 2014 ; Charpenel, 2014). Un principe au coeur des revendications définissant leur façon de s'engager et leur combat pour l'égalité salariale mais également pour une reconnaissance du travail domestique des femmes prenant sens dans l'utilisation du terme « privé ».

Enfin, c'est également au cours de cette vague que la perspective du *care* fait son apparition et se développe suite aux premiers écrits américains et plus précisément grâce à celui de Carol Gilligan, « In a Different Voice. Psychological Theory and Women's Development » (1982).

La troisième vague représente, toujours pour Bibia Pavard (2018), un « marqueur temporel et identitaire » (p. 5). En effet, dans les années 1990, après un creux de 20 ans pour le mouvement, il s'agit d'« un renouveau du militantisme féministe autour de courants et groupes constitués par des militant·e·s né·e·s dans les années 1970, n'ayant pas connu le MLF² » (Pavard, 2018, p. 5). Celui-ci est alors caractérisé par « la poursuite de certaines revendications et l'émergence de nouvelles (le droit au mariage pour les personnes de même sexe, les droits pour les personnes trans, la parité, etc.) » (Pavard, 2018, p. 5). Les contextes économique, historique et politique ont évolué suite à la guerre froide et aux nombreux conflits religieux ; les mentalités et le contexte intellectuel ont progressé car depuis les années 1980-1990 les études sur les femmes, les études du genre et des féminismes sont institutionnalisées dans les universités. Une nouvelle génération de militant.e.s s'est intégrée au renouveau féministe : la communauté LGBT (lesbiennes, gays, bis, trans) (Pavard, 2018). Une convergence des luttes est mise en place et de nouvelles associations se créent dans les années 1990 pour rétablir « une certaine osmose entre mouvement homosexuel et mouvement féministe » (Chauvin, 2005, p. 131, citée dans Pavard, 2018, p. 6). Pavard décrit cette troisième vague comme étant post-structuraliste et post-coloniale car elle a permis de « promouvoir un féminisme plus inclusif » (p. 7) soulignant l'existence et les besoins politiques des femmes non-hétérosexuelles ainsi que des femmes non-blanches marquant un tournant générationnel et politique permettant

² Mouvement de Libération des Femmes

l'élargissement du mouvement féministe. Enfin, la troisième vague a également pu répondre à des points non abordés lors de la deuxième vague comme le féminisme libéral qui touche davantage le quotidien des femmes en cette période, mais également leur place dans une société masculine capitaliste.

Le fait de décrire les mouvements féministes sous forme de « vagues » périodiques est « loin de faire consensus à l'intérieur des écrits féministes » (Blais *et al.*, 2007, p. 144). En effet, selon les auteures Mélissa Blais, Laurence Fortin-Pellerin, Ève-Marie Lampron et Geneviève Pagé, « la proposition consistant à penser le mouvement féministe en termes de vagues successives occulte ou, dans une moindre mesure, rend invisibles les différentes initiatives féministes » (2007, p. 144-145). A travers cela et a contrario de la position affichée par Bibia Pavard (2018), elles estiment que le mouvement doit plutôt se caractériser dans son ensemble et dans « son hétérogénéité, observable dans le passé, le présent et certainement dans l'avenir » (2007, p. 145).

Ce désaccord entre auteur.e.s est important à noter car il apporte un regard global à notre étude et nous permettra méthodologiquement d'élargir notre point de vue concernant la catégorisation (ou non) des vagues féministes sur les comptes Instagram étudiés. Pour plus de simplicité et de clarté, nous baserons notre étude sur la division périodique des mouvements féministes et parlerons donc de « vagues féministes » dans ce mémoire. Ainsi, dans le prolongement de la troisième période définie par Bibia Pavard (2018) ci-haut, nous partirons du principe que celle-ci a tout de même contribué à l'avènement d'une nouvelle vague davantage médiatique s'intéressant aux nouvelles technologies et promettant une plus grande visibilité du mouvement : la quatrième vague. Pavard explique alors que la quatrième vague féministe n'a plus rien à voir avec le vaste mouvement féministe des débuts mais que cette nouvelle période désigne un changement de contexte et un certain « regain

d'intérêt pour le féminisme dans les médias et la culture de masse dans les années 2010 » (Rivers, 2017, cité dans Pavard, 2018, p. 7).

1.2. Le débat à propos d'une Quatrième Vague féministe

Grâce aux divers écrits évoqués dans notre précédente sous-partie, nous constatons que les mouvements féministes rassemblent un ensemble d'étapes historiques, d'idées, de luttes ainsi qu'une évolution continue selon les changements socio-historiques et politiques au fur et à mesure des années. Nous allons donc maintenant aborder la quatrième vague féministe et les débats entre chercheur.ses que cette période amène.

En effet, le débat entre différent.e.s auteur.e.s concernant l'existence ou non d'une quatrième vague féministe persiste toujours. Les auteur.e.s Kira Cochrane (2013), David Bertrand (2018) ou encore Bibia Pavard (2018) sont en accord sur son existence et la justifient selon plusieurs arguments. Selon eux.elles, cette vague est caractérisée par de nouveaux outils, de nouveaux défis générationnels et de nouveaux combats. Une vision intersectionnelle permettant un renouvellement d'idées et de pensées des mouvements féministes est au coeur de cette vague (Bertrand, 2018). Les luttes inclusives et mixtes rassemblent davantage de militant.e.s dans le but d'abattre toutes formes d'oppression (Jacquemart, 2013). A travers cette nouvelle vague, ces auteur.e.s constatent de nouveaux usages technologiques, une nouvelle forme de communication bien plus proche de ses acteurs sociaux. C'est pour cela que nous évoquions ci-haut un « nouveau du militantisme féministe » (Pavard, 2018, p. 5), les acteurs et actrices de la quatrième vague n'ont pas connu le MLF et renouvellent donc les luttes avec les outils d'aujourd'hui (médias socionumériques, pétition virtuelle, débat d'idées et regroupement en ligne, etc.). En effet, chaque vague

féministe a l'habitude de s'octroyer un nouveau média (Blandin, 2017)³. Avant l'existence des réseaux socionumériques, les sujets féministes étaient principalement présents dans la presse et plus précisément dans certains journaux tels que *La Tribune des Femmes*, *La Politique des Femmes*, *La Voix des Femmes* ou encore *La Fronde*⁴, presse écrite par et pour les femmes. Aujourd'hui, pour répandre sa voix, la mobilisation militante féministe s'organise et défend ses idéologies à travers les médias socionumériques⁵. En effet, chaque personne peut désormais, grâce à son compte Twitter, Facebook ou Instagram, participer aux mouvements féministes et sensibiliser son entourage en partageant des contenus :

Social media democratized feminist activism, opening up participation to anyone with a Twitter account and a desire to fight the patriarchy. By removing the barriers of distance and geography, sites like Facebook, Twitter, Tumblr, and Instagram have made activism easier than ever, facilitating public dialogues and creating a platform for awareness and change. (Chittal, 2015)

La démocratisation de l'activisme féministe passe également par la dénonciation des violences sexistes et sexuelles. Dans ce sens, l'auteure Ealasaid Munro (2013) affirme

³ En effet, l'auteure discute longuement des « 3 vagues », mais sans référence à des études historiques sur l'usage concret, par les féministes, de moyens de communication avant le web : pétitions, soap box et meetings publics, journaux, revues, cartes postales, caricatures, livres, chansons, bannières et manifestations, tracts et affiches, puis radios — à partir des années 1920 — télévisions, etc. Les études à ce sujet sont pourtant nombreuses et détaillées, y compris des réflexions plus théoriques, comme la conceptualisation du féminisme en tant que « subaltern contrepublic » (Nancy Fraser critiquant la théorie de J. Habermas sur l'espace public, en 1990). Tout cela relève, à mes yeux, de la communication, et aurait pu être pris en considération.

⁴ Poupeau, D. 2018. Les nouveaux médias féministes sur Internet. L'exemple de Cheek magazine, École des hautes études en sciences de l'information et de la communication – Sorbonne Université, HAL.

⁵ Nous utiliserons dans ce mémoire le terme « média(s) socionumérique(s) » (Domenget, 2017) car il englobe les réseaux et les médias sociaux mais également car l'expression « permet de mettre l'accent sur les dimensions numérique et sociale de ces médias » (Yates et Arbour, 2013, p. 55).

que « Internet a créé une culture de « call-out », dans laquelle « le sexisme ou la misogynie peuvent être dénoncés et contestés⁶ » (Munro, 2013, p. 9). Cependant, cela mériterait d'être nuancé. Au Québec, par exemple, le réseau des maisons d'hébergement pour femmes violentées a été mis en place par des féministes dans les années 1970, sans oublier la tuerie de l'école polytechnique en 1989 qui avait provoqué un débat sur les violences contre les femmes. De plus, au XIXe siècle, aux Etats-Unis et au Canada, il y eut une vague de mobilisations menées par des femmes s'opposant à la vente d'alcool et qui, grâce à cette prohibition, espéraient en grande partie réduire les violences masculines contre les femmes. Des mobilisations féministes à l'UQAM contre les violences sexuelles ont eu lieu bien avant l'apparition du Web et l'institution a adopté un premier règlement à ce sujet en 1989. Munro (2013) explique que ce phénomène de « call-out » s'inscrit dans la continuité de la troisième vague « en mettant l'accent sur la micropolitique et en défiant le sexisme et la misogynie dans la mesure où ils apparaissent dans la rhétorique quotidienne, la publicité, le cinéma, la télévision et la littérature, les médias, etc.⁷ ». Mais il ne s'agit finalement pas d'une nouvelle lutte en soi car les dénonciations d'actes sexistes existaient bien avant l'ère numérique (*The International Council of Women* fondé en 1888, *The Universal Declaration of Human Rights* adopté le 10 décembre 1948 avec « Article 2 – recognises that regardless of sex, everyone is guaranteed equal rights and freedoms », etc.)⁸. Il s'agirait plutôt d'une nouvelle manière de dénonciation publique visant une sensibilisation des populations.

⁶ Ealasaid Munro, 2013, « Feminism: a fourth wave ? » récupéré le 10 juillet 2020 de <https://www.psa.ac.uk/psa/news/feminism-fourth-wave> [notre traduction]

⁷ Ibid.

⁸ Centre for Women, Peace and Security, Tackling Violence Against Women, https://lisedesignunit.com/VAW_timeline/, consulté le 11 septembre 2021.

Dans ce mémoire, nous soutiendrons l'existence de la quatrième vague féministe, légitimée par de nombreux.ses auteur.e.s, pour deux grandes raisons. Tout d'abord, l'usage des médias socionumériques représente, depuis quelques années, un nouvel espace de mobilisation et d'engagement (Granjon, 2002) pour les mouvements sociaux en général. Les médias socionumériques permettent une forme d'engagement « distancé » appelée le « néo-militantisme » selon Fabien Granjon (2002, p. 12) :

Ce qui compte avant tout pour le « néo-militant », c'est de s'inscrire non plus au sein d'une organisation idéologique clairement identifiée mais plutôt de générer des projets ou de s'intégrer à des projets initiés par d'autres. (Granjon, 2002, p. 11)

Les ressources Internet permettent une « nouvelle » critique sociale (Granjon, 2002, p. 11) par tous.les usagers.ères. Ces néo-militant.e.s s'expriment à travers plusieurs voies et exploitent toutes les connexions en lien avec la ou les cause(s) défendue(s). Enfin, les médias socionumériques sont utilisés comme un support de coordination, un moyen de transmission d'informations et de modes d'action (Cardon et Granjon, 2013, p. 86). Nous avons donc la première caractéristique essentielle nous permettant d'affirmer que nous nous situons dans un contexte de quatrième vague féministe à savoir : des nouveaux outils et modes d'organisation, d'information, d'action et d'engagement. L'ensemble de ces aspects communicationnels et organisationnels s'établissent numériquement et sont intégrés aux stratégies des mouvements féministes d'aujourd'hui. Cette quatrième vague féministe se tourne donc vers une idéologie plus démocrate avec une ligne de combats toujours plus divers comme l'intersectionnalité et la poursuite d'une justice raciale et multi-genrée (LGBTQA). Evidemment, les nouvelles technologies ne sont pas la seule cause de cet élargissement des préoccupations féministes de cette nouvelle vague, mais ces

nouvelles formes aussi sociales que technologiques ont permis à l'idéologie féministe d'atteindre de nouveaux publics, de soutenir des débats plus profonds, d'accroître son auditoire avec une grande pertinence.

Ce renouvellement d'idées et de luttes au sein des mouvements féministes est donc le deuxième argument nous permettant de soutenir l'existence d'une quatrième vague. En effet, les idéologies féministes se concentrent aujourd'hui davantage sur l'intersectionnalité, le body positivisme et la sexualité tout en adoptant une éthique du soin de soi et des autres. Comme l'explique Sirma Bilge (2009), « l'intersectionnalité renvoie à une théorie transdisciplinaire visant à appréhender la complexité des identités et des inégalités sociales » (p. 70). L'approche intersectionnelle « réfute le cloisonnement et la hiérarchisation des grands axes de différenciation sociale » (Bilge, 2009, p. 70) comme les catégories de sexe et genre, la classe, la race, l'ethnicité, l'âge, le handicap, l'orientation sexuelle. Et cette approche va encore au-delà de la simple reconnaissance des multiples systèmes d'oppression puisqu'elle propose d'appréhender la réalité sociale des femmes et des hommes avec l'ensemble « des dynamiques sociales, culturelles, économiques et politiques qui s'y rattachent comme étant multiples et déterminées [...] par plusieurs axes d'organisation sociale significatifs » (Stasiulis, 1999, cité dans Bilge, 2009, p. 71). Les médias socionumériques font partie de ces dynamiques puisqu'ils permettent une visibilité et un accès à plus d'acteurs. Mais ils sont également un espace où les relations de force et de pouvoir existent, privant alors des groupes d'accès en ligne. L'intersectionnalité en ligne permet donc un plan d'action et une éthique de *care* pouvant accueillir la pleine participation de tou.te.s. Dans ce cas, les médias socionumériques représentent la conséquence d'une plus grande diversité d'idéologies féministes en ligne.

Finalement, cette quatrième vague féministe est légitimée par l'utilisation de nouveaux médias, par sa continuité avec la troisième vague mais également par son renouvellement d'idées et de luttes. Pour cet ensemble de raisons, nous avons choisi de la considérer dans ce mémoire. Nous aborderons maintenant les mobilisations numériques que cette nouvelle vague a créé tout en reprenant certains thèmes de lutte des précédentes vagues.

1.2.1. Les mobilisations numériques sur Instagram : les mouvements #MeToo

Comme évoqué ci-dessus, les tendances « body positivisme » et « sex-positif » sont des thèmes intégrés à la quatrième vague féministe mais ils sont en fait relevés dès les premières vagues féministes (Riot-Sarcey, 2008 ; Chazalon, 2019). Les féministes de la première vague, telles que les « Suffragettes », combattaient déjà les représentations objectivantes de la femme (Bard, 2014) car ces images donnaient suite à des violences légitimées. Ces femmes luttent contre la violence, les agressions et le harcèlement à caractère sexuel qui sont devenus des phénomènes endémiques à l'image de la culture du viol⁹.

La quatrième vague donne un nouvel aspect à ces luttes avec des mobilisations numériques de grande ampleur. Les mouvements #MeToo, #MoiAussi,

⁹ L'expression « culture du viol » est une traduction littérale de l'expression anglaise *rape culture*, introduite par des féministes américaines dans les années 1970 (<https://www.wikigender.org/fr/wiki/culture-du-viol/>). La culture du viol est représentée par le fait d'excuser « les violeurs par une maladie mentale (cela concerne moins de 7 % d'entre eux) ou par le très flou concept de misère sexuelle (89 % auraient eu des rapports sexuels consentis au moins deux fois par semaine avant leur incarcération). [...] on affirme que les hommes ont des besoins *irrépressibles*, et que les victimes l'auraient « cherché » – qu'on parle d'habillement, de consommation de substances ou de comportement. » (https://www.lemonde.fr/m-perso/article/2018/03/18/la-culture-du-viol-un-concept-pour-en-finir-avec-notre-fatalisme_5272709_4497916.html)

#BalanceTonPorc¹⁰ lancés par des « hashtags¹¹ » des mêmes noms sur les médias socionumériques, sont une preuve d'engagement, de dénonciations solidaires et sont en accord avec les caractéristiques de la quatrième vague (Bertrand, 2018). Pour rappeler brièvement les faits : ces mouvements ont été lancés entre le 5 et le 15 octobre 2017 par plusieurs célébrités hollywoodiennes ayant publié des dénonciations individuelles sur les médias socionumériques visant le producteur Harvey Weinstein (Paquette, 2018). Ce hashtag a rapidement envahi les médias socionumériques et a donné suite à une multitude de dénonciations internationales. En effet, plusieurs pays ont été touchés par cette vague de dénonciations numériques, ce qui a entraîné une solidarité internationale et a transformé le phénomène des violences sexistes et sexuelles en un problème systémique. De nombreuses femmes et de nombreux hommes ont alors dénoncé leur(s) agresseur(s) sur Twitter, Instagram et Facebook avec le hashtag « Me too » ou « Moi aussi ».

Depuis, ces mouvements sont considérés comme ayant soutenu une libération de la parole des femmes. Ces mouvements ont aidé les femmes et les hommes à dénoncer et mener en justice leur(s) agresseur(s). Ils ont été une force de solidarité et de confiance pour elles et eux :

Cette mobilisation mondiale a mis en lumière différentes formes de violences et d'agressions hétérosexistes subies par les filles et les femmes tout au long de leur vie. En témoignant sur les réseaux sociaux, des millions de femmes ont posé un geste politique fondamentalement révolutionnaire en prenant la parole publiquement et en rompant

¹⁰ Il existe peu d'études ou d'articles scientifiques à ce sujet car c'est un thème encore trop actuel.

¹¹ Nous reprendrons ici la définition donnée par Brigitte Paquette dans l'ouvrage « La déferlante #MoiAussi » (2018). Cette auteure définit ce terme comme étant, selon le vocabulaire informatique, « un mot-clé, un énoncé précédé du symbole « # » que les internautes utilisent dans leurs publications ou dans leurs recherches sur les réseaux sociaux » (p. 72).

l'isolement auquel elles étaient assignées jusqu'alors pour participer à un soulèvement collectif et international. (Achin et al., 2019, p. 7)

Les mouvements #MeToo¹² ont ainsi « permis aux femmes de prendre conscience de la dimension systémique des violences qui leur sont faites en tant que groupe social » (Delorme, 2019, p. 127). C'est-à-dire que dans la société contemporaine, il existe un ensemble de valeurs, de traditions et de croyances qui définissent les violences sexuelles comme normales¹³ notamment à cause du développement et de l'accessibilité à la pornographie, des publicités sexualisant le corps féminin diffusées dans la presse et à la télévision, etc. Cette société est caractérisée par le traitement médiatique du viol, le renversement de la culpabilité des violeurs vers les victimes, l'impunité des agresseurs, les discriminations de sexes et de genre, la pornographie, les publicités etc. Le hashtag MeToo cherche donc à déconstruire cette société inégalitaire, sexiste et discriminatoire en installant « un énoncé au pouvoir performatif » car « il dit : « moi aussi, elle aussi, nous aussi... » ». Ce hashtag fabrique « nous toutes » (Delorme, 2019, p. 127) qui lance un sentiment de solidarité et fait réaliser que le phénomène des violences faites aux femmes est bel et bien systémique, c'est-à-dire ancré dans la vie quotidienne, comme faisait partie de la « nature humaine » (Renard, 2019). C'est également à partir de ces mouvements numériques qu'on remarque que la perspective du soin et de l'attention des autres devient de plus en plus récurrente. Le sentiment de solidarité découle d'une forme d'empathie créé à partir de la perspective du soin. Les femmes se sentent ainsi touchées par ce qui arrive à d'autres femmes et ressentent le besoin d'agir.

¹² Dans le but de simplifier la lecture, toutes les vagues des dénonciations ne sont pas spécifiées à chaque fois. L'usage du terme « les mouvements #MeToo » sera privilégié et englobera les différents mouvements #MeToo, #MoiAussi, #balanceTonPorc. (Paquette, 2018)

¹³ Interview de Noémie Renard : Combattre la culture du viol (2019), <https://www.revuepolitique.be/combattre-la-culture-du-viol/>, consulté le 23 octobre 2020.

En corrélation avec ces mouvements numériques, nous pouvons également citer l'importante médiatisation des cas de féminicides en France puisque l'année 2019 a été fortement marquée par les violences faites aux femmes appelées des « féminicides ». Le 17 août 2020, le Ministère de l'Intérieur a rendu publique une étude nationale relative aux morts violentes au sein du couple en 2019 dans laquelle 146 féminicides officiels y sont recensés¹⁴. Mais avant cette révélation, plusieurs actions féministes de révolte avaient été organisées en 2019, notamment la marche contre les violences sexistes et sexuelles organisée le 23 novembre 2019, à Paris, par le collectif NousToutes. Cette marche avait regroupé environ 153 800 personnes sur l'ensemble du territoire français, selon NousToutes. La principale mobilisation se tenant à Paris a été organisée sur les médias socionumériques et plus spécifiquement sur Instagram (voir annexes A, B et C), média sur lequel le collectif NousToutes cumule plus de 295 000 abonné.e.s¹⁵. Les féminicides représentent donc un autre résultat de la culture du viol, des discriminations de sexes et de genre et finalement, d'un sexisme et d'une misogynie d'ordre systémique.

Suite à ces nombreux constats de violences sexistes et sexuelles perpétrées à travers une société patriarcale et discriminatoire grandissante, une évolution des stratégies de communication des groupes et associations féministes s'est avérée nécessaire. On note un changement stratégique notoire entre les premiers mouvements de lutte et les organisations féministes du XXI^e siècle. En effet, les luttes n'ont pas été renouvelées mais sont abordées de manière différente avec des outils récents qui permettent une

¹⁴ Etude nationale relative aux morts violentes au sein du couple en 2019, <https://www.interieur.gouv.fr/Actualites/Communiques/Etude-nationale-relative-aux-morts-violentes-au-sein-du-couple-en-20192>, consulté le 17 août 2020.

¹⁵ Chiffres consultés sur le compte Instagram *noustoutesorg*, le 10 juillet 2020.

plus grande accessibilité à toutes et tous. Les féministes de la quatrième vague s'expriment désormais publiquement, sur les médias socionumériques notamment, et publient des témoignages permettant de toucher un plus large public et réaliser des actions militantes rassemblant une importante population. Leur communication est plus directe et accessible, ce qui a permis aux mouvements féministes de changer certains codes de la culture populaire tout en considérant les vagues précédentes et en proposant une ligne de luttes continue. Les mouvements #MeToo ont, par exemple, permis de faire entendre un discours sur les violences commises par des hommes sur des femmes et ont découlé vers une prise de conscience individuelle et collective. Ce sont donc ces nouvelles formes de discours publiques et accessibles qui permettent à la quatrième vague d'être présentée comme un renouvellement des pratiques féministes.

Les éléments abordés ci-dessus nous ont permis de définir le contexte social et politique dans lequel les mouvements féministes évoluent. Nous constatons alors que nous nous inscrivons dans un contexte succédant les mouvements #MeToo donnant suite à la propagation du terme de « consentement » mais également à des manifestations féministes régulières qui réclament une justice plus égalitaire, des systèmes de prévention et d'aide pour les femmes. Les vagues précédentes ont poursuivi la justice dans la sphère publique, puis elles ont reconnu l'imbrication du personnel et du politique ainsi que l'intersectionnalité des enjeux personnels et publics ou encore les façons dans lesquelles les femmes en tant qu'individus mais aussi « catégories » sociales sont affectées par des systèmes. Lors de cette quatrième vague féministe, on assiste à une continuité du mouvement qui tend de plus en plus vers l'action de rendre public tout ce qui ne doit plus être considéré comme « normal » dans la société.

Cependant, certains éléments nous poussent à nous demander ce qu'il reste de #MeToo deux ans après puisque la questions « des droits sexuels et de la sexualité constitue un front de lutte toujours d'actualité » (Achin et al., 2019, p. 8). Peu de violences sexuelles et sexistes sont sanctionnées devant les tribunaux et depuis 2018, on assiste à une régression des droits des femmes aux Etats-Unis et en Europe. Les droits concernant l'accès à l'IVG sont attaqués pour devenir plus restrictifs (Achin et al., 2019). Le système patriarcal a finalement repris son cheminement initial et ne s'est pas laissé abattre par les revendications féministes. Les mouvements #MeToo ont été une révélation quant au potentiel des hashtags sur les médias socionumériques et sont aussi « le résultat d'une diffusion d'un esprit de révolte » travaillé depuis de nombreuses années par les mouvements féministes, qui cherchent toujours « à réveiller les consciences sur la nécessité d'une transformation profonde de l'ordre sexuel contemporain » (Achin et al., 2019, p. 9).

Grâce à l'ensemble de ces éléments, nous pouvons désormais affirmer qu'il est pertinent de s'intéresser à la quatrième vague féministe et plus précisément à la perspective du *care* désormais intégrée aux luttes féministes. La quatrième vague féministe revendique des intentions d'évolutions sociales issues des précédentes vagues mais les aborde autrement, notamment en usant de la perspective du *care* afin de mobiliser une plus large population. Nous pouvons également mieux comprendre les enjeux sociaux, juridiques et politiques de cette vague qui tentent de lutter contre les violences faites aux femmes et contre l'injustice sociale et juridique. Les féministes constatent et traitent ces sujets de manière systémique afin de combattre des valeurs patriarcales qui régissent les codes de la société. Nous comprenons qu'il reste encore un long chemin vers l'égalité et que les luttes sont loin d'être terminées.

D'autre part, malgré une succession des vagues féministes, nous constatons que celles-ci ne s'excluent pas les unes des autres mais plutôt qu'elles s'inscrivent en continuité avec les précédentes pour finalement former un ensemble d'enjeux, d'idées et de revendications dans le but de contrer les oppressions (Thébaud, 2014).

1.3. Pertinence communicationnelle

Comme nous l'avons vu, la reconnaissance du caractère systémique des violences sexistes et sexuelles dans notre société impose aux féministes de la quatrième vague une certaine innovation des luttes. Les médias socionumériques, nouvel outil de cette vague, va leur permettre de développer de nouvelles idées, idéologies et combats ainsi que de mobiliser une plus large population. En effet, les publics sont plus facilement touchés par la récurrence de ces violences sexistes et sexuelles car des témoignages et des dénonciations publiques circulent désormais régulièrement sur les médias socionumériques tels que Facebook, Twitter, Instagram et sont vus par un plus grand nombre. Par exemple, les témoignages #MeToo sont devenus reconnaissables, compréhensibles et crédibles grâce à des publications souvent répétées sur plusieurs plateformes virtuelles. La publication de ces témoignages représente également une forme familière dans un contexte établi permettant de recevoir, écouter et respecter de tels témoignages ce qui constitue un élément significatif d'une politique et pratique de *care*. On retrouve alors la perspective du *care* dans la manière de ressentir personnellement ces témoignages qui sont le plus régulièrement des récits d'inconnu.e.s. Cette perspective découle sur une forme d'empathie où l'affect prend le dessus sur les usagers.ères, pouvant alors émaner vers un *empowerment* numérique où les publics réagissent aux témoignages de victimes et s'insurgent face aux vécus de celles-ci.

Les médias socionumériques permettent la mobilisation des publics, notamment grâce aux fonctionnalités de partage et de discussion des contenus, et créent une forme de solidarité entre usagers.ères lorsque plusieurs personnes se lèvent pour défendre une même idée. En effet, les médias socionumériques sont considérés comme un élément stratégique et un avantage technologique non négligeable pour les mouvements féministes puisqu'ils permettent aux individus de se créer un espace propre, qu'il soit privé ou public, dans lequel les membres peuvent aborder divers sujets et s'organiser librement entre militant.e.s, peu importe la distance qui les séparent. De plus, les médias socionumériques permettent d'accéder à un auditoire ciblé, défini comme les membres le souhaitent, constituant une communauté sécuritaire et discursivement libre.

Le thème de la perspective du *care* a été pensé à travers plusieurs disciplines scientifiques tels que la psychologie ou la sociologie. Mais une approche communicationnelle permettra de mieux comprendre comment la perspective du *care* est pratiquée à travers les mouvements féministes numériques et quels sont les effets mobilisateurs qui en découlent. Nous analyserons donc l'*empowerment* que cela provoque mais aussi la prise de conscience collective créée ou encore l'utilisation d'une définition du *care* propre à chaque cas étudié. Les thèmes de la perspective du *care* et de l'*empowerment* constitueront ainsi le centre de nos intérêts théoriques et structuraux.

Nous constatons cependant qu'il existe peu d'écrits scientifiques francophones concernant la portée sociale et l'influence numérique qu'ont des comptes ou pages socionumériques féministes français. En effet, les recherches en communication ne

sont pas dominantes lorsqu'il s'agit des mouvements féministes sur Instagram, en comparaison avec le domaine de l'histoire ou des sciences politiques où les objectifs de recherche s'axent davantage sur la périodisation des grands axes féministes précédents ou les effets sociologiques et les débats que posent le militantisme féministe. Il existe de nombreux écrits qui débattent des différentes vagues féministes, des mouvements féministes précédents, des mobilisations physiques et numériques précédentes comme #MeToo ou encore qui étudient certains collectifs féministes comme par exemple le collectif Femen (Bard, 2014). Mais finalement la perspective du *care* à travers les mouvements féministes numériques et ses effets sociaux sont encore des sujets peu étudiés.

En tenant compte des spécificités techniques de la plateforme Instagram, une approche communicationnelle permettra de tenir compte à la fois de la technologie, de son contenu et de ses utilisateurs.trices dans leur ensemble avec les complexités et les conséquences qui y sont liées. Le média Instagram constitue un terrain peu étudié dans les études autour des féminismes en ligne. Le choix de cette application numérique est généralement justifié par sa popularité avec plus de 800 millions d'utilisateurs.trices actifs.ves mensuels à travers le monde en 2018 (Statista, 2019). Cette approche communicationnelle permettra également de définir en quoi cette application est spécifiquement intéressante (ou non) pour les groupes féministes.

QUESTION GÉNÉRALE DE RECHERCHE

À la lumière des travaux antérieurs discutés dans les pages précédentes (par exemple Pavard, 2018; Munro, 2013; Cardon et Granjon, 2013), nous poserons la question suivante :

Considérant que la perspective du *care* fait partie des théorisations féministes depuis la deuxième vague et que les médias socionumériques constituent un espace stratégique pour les mouvements féministes de la quatrième vague, comment cette perspective du *care* est-elle définie et pratiquée à travers des comptes Instagram féministes français comprenant plus de 20 000 abonné.e.s ?

CADRE THÉORIQUE

2.1. La recherche féministe

Dans le présent chapitre, nous aborderons brièvement les différents aspects de la recherche féministe grâce aux écrits de Judith Butler (1990), Huguette Dagenais (1996) et Thierry Balzacq (2016).

La recherche scientifique a été bouleversée lorsque les féministes s'y sont intéressées. En effet, il leur semblait important de « développer un langage qui représente pleinement ou adéquatement les femmes [...] pour promouvoir la visibilité politique de ces dernières » (Butler, 2003, p. 85). La recherche féministe est, d'après Huguette Dagenais, « issue du mouvement des femmes », elle « participe pleinement du mouvement social [...] et vise la transformation en profondeur des rapports sociaux présentement oppressifs pour les femmes » (1996, p. 11).

« Mais la recherche féministe n'est pas qu'une recherche sur et avec les femmes » (Dagenais, 1996, p. 11), il s'agit d'« une forme d'analyse scientifique et engagée de la société, ayant comme point de départ, angle d'approche privilégié et variable fondamentale, les rapports sociaux de sexe » (Dagenais, 1996, p. 11). Les connaissances provenant des recherches féministes ont contribué à une transformation

des rapports sociaux de sexe ainsi qu'à l'évolution des mentalités et des sociétés. Ainsi, il ne s'agit pas uniquement d'un contenu produit par des femmes mais plutôt d'un ensemble de nouvelles méthodes permettant de cibler la force du sexisme, la division genrée du travail ou encore les possibilités d'évolutions sociales. Les recherches féministes ont donc représenté un revers épistémologique et méthodologique avec des études davantage consacrées à l'intervention du sujet.

En effet, ce besoin d'évolutions sociales s'est ressenti dès lors qu'un positionnement épistémologique féministe s'est imposé avec comme socle commun à l'ensemble du mouvement : la marginalisation des femmes. Thierry Balzacq (2016) explique que « les féministes considèrent que la marginalisation des femmes est soutenue par des pratiques épistémologiques qui ignorent leurs façons de générer du savoir » (p. 13). De plus, pour cet auteur, l'originalité de l'épistémologie féministe réside « dans la manière d'approcher l'acte de connaître », car « les femmes théorisent l'acte de connaître de manière singulière » en suscitant des questions nouvelles, en élaborant des solutions inédites sur des enjeux traités, jusqu'à présent, exclusivement par une ou des épistémologie(s) masculine(s) (p. 14). Toujours selon Balzacq (2016), nous avons assisté à « un éclatement des propositions théoriques et une fragmentation des objectifs politiques », c'est pourquoi « aujourd'hui, il ne fait donc plus aucun sens de parler du féminisme au singulier » (p. 19).

2.2. La Quatrième Vague féministe : une mobilisation numérique participative

Cette notion de quatrième vague féministe s'est construite en accord avec les luttes revendiquées lors des vagues antérieures. Comme le débat autour de la quatrième vague féministe et le contexte social sont des thèmes ayant déjà été abordés dans notre précédent chapitre, nous verrons ici en quoi cette vague est différente des

précédentes et comment elle réussit à créer une participation numérique en liant l'*empowerment* aux médias socionumériques.

Isabelle Bourgeois explique que grâce à « l'avènement de la révolution numérique, les mouvements féministes semblent avoir enfin trouvé les moyens et les stratégies pour affirmer une identité collective » et peuvent désormais se faire entendre et « influencer directement la politique et le législatif » (Bourgeois, 2015, p. 143). Cette auteure explique également que grâce à ces espaces numériques, les femmes peuvent communiquer « leurs besoins et leurs intérêts par l'intermédiaire d'un dispositif technique qui [...] donne accès à un espace virtuel permettant la rencontre de protagonistes partageant ce même désir de communication » (p. 144). Ce cyberspace représente également « un lieu de solidarité et de mobilisation important pour les groupes se définissant sous des aspects identitaires communs » (Bourgeois, 2015, p. 145). En effet, puisque les échanges d'informations sont simplifiés et qu'il est possible de créer des groupes virtuels privés selon des affinités numériques et des idées partagées, une certaine solidarité peut se créer entre les membres d'un même groupe et ce groupe peut évoluer s'il intéresse d'autres utilisatrices numériques. Internet offre alors aux voix marginalisées des femmes, un nouvel espace dans la sphère publique où leurs discours restent bien sûr critiqués mais également légitimés, entendus et soutenus¹⁶ par un plus grand nombre. Cependant, les espaces numériques n'ont pas engendré la conscience féministe et l'identité collective car l'« identité collective » féministe existait bien avant le web et voici quelques exemples qui démontrent un pouvoir d'influence sur le pouvoir législatif bien avant le web : l'obtention du droit de vote, du droit de divorcer, du droit à un emploi, à l'éducation, à garder son nom de naissance en se mariant, à l'avortement, etc. Page 24, en se

¹⁶ Ibid.

fondant sur la même source, l’auteure affirme que le Web explique la diversité du mouvement féministe, ce qui une fois de plus ne correspond pas à la réalité historique concrète : le féminisme a toujours connu des tendances (et des conflits), par exemple les féministes chrétiennes, libérales, marxistes, afro-féministes, etc. et différentes campagnes (vote, violences conjugales, salaire égale, parité au Parlement, salaire domestique, take back the night, etc.). Alors ce qui émerge du numérique est plutôt une nouvelle forme d’expression de cette identité collective qui permet d’influencer le législatif. Ainsi, comme l’affirment les auteures Josiane Jouët, Katharina Niemeyer et Bibia Pavard (2017) : « ce sont surtout les groupes créés à la fin des années 2000 et au début des années 2010 qui incarnent ce que l’on commence à nommer dans les médias un « nouveau féminisme » » (p. 24). De ce cyberspace s’est développé un certain activisme appliqué « dans la réalité matérielle pour assurer la continuation de la lutte pour la justice sociale » (Bourgeois, 2015, p. 146). Le militantisme s’est ainsi adapté et développé en ligne, de nombreux groupes se sont rapidement appropriés les médias socionumériques comme une nouvelle arme de lutte et de communication.

Cette appropriation des espaces numériques a également permis une transformation du mouvement féministe puisqu’il recouvre aujourd’hui « une pluralité de formes d’engagements individuels et collectifs » (Jouët et al., 2017, p. 25). On comprend alors que le féminisme est plus accessible, plus proche des femmes et des hommes ; il se démocratise et se rend plus visible. La mixité du mouvement féministe est une réelle volonté et les hommes ne sont pas les seules cibles du mouvement puisque les communautés LGBTQ+ s’y joignent également. On constate alors un transfert vers un féminisme pour toutes mais également pour tous. Les thèmes du « sex-positif » et du « body-positif » font désormais partie des luttes et découlent vers une acceptation des formes de désir multiples avec un véritable *empowerment* dirigé par l’idée que les femmes aiment le sexe, avec des hommes ou qui que ce soit. Les effets sociologiques

de l'intersectionnalité permettent d'informer les populations et rendent plus démocratique la troisième vague féministe. Les luttes intersectionnelles sont d'autant plus importantes aujourd'hui car elles se diffusent en grande partie sur les médias socionumériques où les internautes y sont directement confrontés. En Europe et aux Etats-Unis, on parle alors d'un féminisme pluriel mené par une volonté de mixité et de diversité. Les médias socionumériques soutiennent cette diversification du féminisme grâce à la possibilité de partage des connaissances et la multiplicité des débats en ligne. Cette visibilité publique donne un objectif de transformation des mentalités dans les sociétés en cherchant à démocratiser ces thèmes, en les rendant plus communs et plus populaires. En effet, les médias socionumériques sont la première source d'information pour les jeunes populations (Le Caroff, 2015, citée dans Jouët et al., 2017) mais ces « nouvelles formes d'action collective » numériques ne sont pas pour autant une alternative au militantisme traditionnel (Jouët et al., 2017). Le web est surtout devenu un supplément aidant à la visibilité des actions des groupes féministes. Certain.e.s auteur.e.s définissent cette forme d'activisme comme le « cyber-féminisme » et ces auteur.e.s « ont célébré les technologies digitales comme étant en soi libératrices pour les femmes » (Wajcman, 2007, p. 287). Une telle liberté d'expression individuelle, de publication, d'information a bel et bien transformé les mentalités et les réactions des individus dans la société.

Nous pouvons ainsi relier cette forme de militantisme à la culture participative numérique décrite par Henri Jenkins (2016) puisque celle-ci « englobe les valeurs de diversité et de démocratie dans chaque aspect de nos interactions avec autrui » et « [la culture participative] présume que nous sommes capables de prendre des décisions, aussi bien collectivement qu'individuellement, et que nous devrions pouvoir nous exprimer à travers une multitude de formes et de pratiques différentes » (Jenkins et al., 2016, p. 31). Dans ce mémoire, nous aimerions ainsi démontrer comment la

quatrième vague féministe n'est pas philosophiquement très différente des précédentes, mais que sa différence s'établit par rapport à ses tactiques socationumériques. On constate avec cette quatrième vague qu'il s'agit davantage d'une amplification du mouvement de la troisième vague avec une identité bien plus assumée et plus stable. Cela démontre bien une addition de ces vagues (Pavard, 2018):

Dans l'histoire des féminismes, la métaphore en est aussi venue à distinguer des mouvances et dans cette acception les vagues s'additionnent : comme l'explique Christine Bard « plutôt que d'imaginer une succession des vagues, chacune chassant l'autre, il faut plutôt observer que lorsque la mer monte, les vagues se chevauchent, la plus neuve gagnant du terrain ». (Bard, 2017, citée dans Pavard, 2018, p. 2)

Bibia Pavard pense également que les mouvements ne meurent pas et cite Taylor (2005) pour illustrer ses propos : « ils se rétractent et se retranchent pour s'adapter aux changements de climat politique. Peut-être les mouvements ne naissent-ils jamais réellement. » (Taylor, 2005, p. 250, citée dans Pavard, 2018, p. 4). Les vagues féministes s'inscrivent en effet sur une ligne continue en adaptation avec les évolutions sociales, historiques, économiques. La quatrième vague, en Europe, s'inscrit dans la continuité des précédentes en ajoutant des valeurs comme l'intersectionnalité, la diversité et la reconnaissance d'une pluralité de luttes. Mais celle-ci s'ouvre également sur une pluralisation des formes « d'être femme », des formes de désir multiples qu'elles peuvent connaître. On constate une tendance ciblée sur le sexe-positivisme et le body-positivisme donnant suite à un *empowerment* bien plus présent que dans les vagues précédentes.

En résumé, l'*empowerment* féministe présent dans cette quatrième vague provient d'abord d'une évolution et d'un partage d'idées communes diffusés sur les médias socionumériques, créant ainsi une communauté dans laquelle les membres s'impliquent et contribuent quotidiennement, et où ceux-là se sentent en sécurité et en connectivité sociale avec les autres membres. Cette conscience de solidarité joue un rôle important dans la pratique de l'*empowerment* puisqu'elle permet la mobilisation des membres pour une cause collective visant à inclure l'ensemble des membres. C'est alors à ce stade là que l'*empowerment* devient important pour les mouvements féministes car il permet le lancement d'actions militantes.

2.3. La perspective du *care* dans les pratiques féministes

2.3.1. La perspective du *care* selon C. Gilligan (1982)

L'éthique du *care* émerge d'abord dans un contexte de seconde vague féministe dans le domaine de la psychologie (Molinier, 2010) avec les écrits de Carol Gilligan sur la psychologie du développement moral (Gilligan, 1982). En effet, dans son ouvrage « In a Different Voice. Psychological Theory and Women's Development » (1982), Gilligan met en évidence l'existence d'une voix morale différente entre les hommes et les femmes à partir d'enquêtes réalisées auprès d'enfants et d'adultes lors desquelles leurs critères relationnels et contextuels sont questionnés. Dans cette étude, l'auteure définissait alors le *care* comme étant la « sensibilité aux besoins des autres et le sentiment d'être responsables de leur bien-être¹⁷ ». Cette conception morale caractériserait les femmes et représenterait une faiblesse morale qui les

¹⁷ Gilligan, C. (2019). *Une voix différente. La morale a-t-elle un sexe ?*, Champs essais, Flammarion, p. 32, ouvrage initialement paru sous le titre : *In a Different Voice. Psychological Theory and Women's Development* (1982), Harvard University Press.

poussent à tenir compte des voix autres que les leurs et à inclure dans leur jugement des points de vues différents (Gilligan, [1982], 2019). Le *care* serait donc une « éthique fondée sur la préoccupation [*care*] d'autrui » (Gilligan, [1982], 2019, p. 53) dans laquelle « le désir de ne pas faire de mal et l'espoir que la morale permette de trouver un moyen de résoudre un conflit sans que personne ne souffre » (p. 105) sont les principaux objectifs des femmes. En effet, d'après Gilligan, « le développement moral des deux sexes semble nécessiter une intégration des droits et des responsabilités » ([1982], 2019, p. 156) mais pour les femmes, le sens des responsabilités et de la « sollicitude » [*care*] (p. 156) sont primordiaux tandis que pour les hommes, cette responsabilité se forge selon l'expérience et se construit davantage en lien avec la justice plutôt que le bien-être d'autrui.

Mais le bien-être de soi présente également une dimension politique dans une société où les femmes sont dénigrées économiquement, professionnellement et même personnellement notamment dans la sphère familiale et privée. Comme l'explique Molinier, l'émergence de cette « voix différente » ne se situe pas dans sa prétendue nature (le fait d'être femme) « mais dans une activité, le travail domestique et de *care* » (2010, p. 162). Le travail de *care* désigne alors, d'après Molinier, « des activités spécialisées où le souci des autres est explicitement au centre, le travail des infirmières et des aides-soignantes par exemple » mais également « l'ensemble des activités domestiques réalisées au sein de la famille et leur délégation à des nourrices, des gardes d'enfants, des femmes de ménage » (Molinier, 2010, p. 162). En citant Joan Tronto, Pascale Molinier explique qu'il est important de « le dé-gendériser et/ou le dé-materniser, c'est-à-dire l'extraire du piège du sentimentalisme et de la dite « morale féminine » » (2010, p. 162), propos d'ailleurs en contradiction avec l'argument « maternaliste » que les suffragistes utilisaient pour justifier leur droit de vote (Hébert, 1999). Et c'est donc dans ce contexte de deuxième vague féministe

qu'émerge cette théorie considérée comme féministe puisque la lutte pour la reconnaissance du travail domestique des femmes commence à cette même période avec le slogan militant et critiquant socialement la division du travail : « Le privé est politique ! ».

2.3.2. L'évolution des réflexions à propos du *care*

L'ouvrage de Gilligan cherchait à démontrer « que les concepts de responsabilités et de sollicitude [*care*] sont au centre des constructions féminines du domaine moral et que, dans le mode de pensée des femmes, les notions de moi et de morale sont étroitement liées » (2019, p. 165) mais cette division homme/femme ne plaisait pas au féminisme radical (Perreault, 2019). Cette théorie classait l'éthique du *care* dans le domaine du déterminisme et du féminisme de la différence. Cependant, l'auteure Julie Perreault explique que le statut de la différence de la psychologue Gilligan « fut [...] une source importante des premiers débats sur l'éthique du *care* dans les années 1980 » (2019, p. 32).

Les féministes comme les théoriciens et les théoriciennes du développement moral se sont positionnés à ce sujet autour de deux grands enjeux, remettant en cause, d'une part, 1) la différence sexuelle supposée entre les éthiques du *care* et de la justice, et, d'autre part, 2) la valeur de la différence normative qui sépare ces deux positions éthiques. (Perreault, 2019, p. 32)

En effet, affichant une position essentialiste avec un féminisme de la différence, l'ouvrage de Gilligan a soulevé de nombreux débats autour du développement moral dans les années 1980, notamment aux États-Unis. Patricia Paperman (2010) explique qu'à la suite de cet ouvrage, de nombreux travaux sur l'éthique du *care* ont permis de

développer « un ensemble de réflexions sur la dimension morale de la vie sociale qui composent une analyse à la fois politique et sociales des activités de *care* » (p. 52). Paperman poursuit en affirmant que « dans la perspective du *care*, la vulnérabilité est constitutive des vies humaines » et qu'elle « propose de réfléchir sur la vulnérabilité en ce qu'elle n'est pas réservée à certaines catégories de personnes ni à des groupes particuliers » (2010, p. 52). C'est donc à partir de cette réflexion là que la théorie du *care* s'est intégrée aux mouvements féministes : lorsqu'elle ne concernait plus qu'une seule catégorie ou un seul groupe de personnes, mais qu'elle est devenue une pratique, voire même un ensemble de procédures inclusives, politiques et sociales.

Finalement, après avoir été longtemps associé au féminisme essentialiste, classé dans divers courants tels que ceux dits de la « fêmeleité » (Descarries, 1990) ou ceux de la différence (Scott, 1988 citée dans Toupin, 1994) puis prédominant dans la lecture matérialiste, le terme « *care* » et tout ce qu'il englobe, constitue aujourd'hui un véritable champ d'études : les études sur le *care* (Bourgault et Perreault, 2019, p. 9).

2.3.3. L'éthique du *care* dans les mouvements féministes actuels : Bourgault et Perreault (2019)

Le *care* définit en 1982 par Carol Gilligan abordait la société du *care* comme une société du soin de soi et d'autrui en intégrant surtout les aspects relationnels (les femmes prennent soin des autres à travers leurs relations humaines, les femmes ne veulent pas blesser les personnes autour d'elles) ainsi que les aspects maternels (prendre soin de sa famille, dilemmes liés à l'avortement). Les réflexions ont évolué et ont abouti vers une société du *care* englobant davantage d'aspects politiques : inégalités des genres, pauvreté des femmes, inégalités structurelles, enjeux de

domination etc. L'éthique du *care* constitue aujourd'hui un « champ d'analyse féministe indépendant, comportant ses propres problèmes, sa propre épistémologie et ses débats internes » (Bourgault et Perreault, 2019).

D'abord traduit par le terme français « sollicitude », Bourgault et Perreault (2019) expliquent que le concept anglais « *care* » est finalement passé dans le vocabulaire de la philosophie et des sciences humaines dans la langue française. En effet, les féministes françaises se sont résolues à ne pas traduire le terme anglais pour saisir « la dimension complexe d'une réalité qui se présente à la fois comme une activité humaine universelle, une pratique sociale bien concrète, une épistémologie et une posture éthique » (Bourgault et Perreault, 2019, p. 10). C'est pourquoi, dans le présent mémoire, nous retiendrons ce terme anglais qui englobe davantage une dimension pluridisciplinaire et politique mais également pour ne pas associer le *care* avec le sentimentalisme, association pouvant survenir du terme « sollicitude ».

Malgré que les auteures Garrau et Le Goff se soient largement penchées sur la possibilité d'une définition d'un *care* non essentialiste en français, elles ont fini par le désigner comme étant « une attitude envers autrui que l'on peut traduire en français par les termes d'« attention », de « sollicitude » ou de soin » (2010, p. 5). Elles ajoutent cependant que « chacune de ces traductions renvoie potentiellement à un aspect du *care* : le terme d'« attention » insiste sur une manière de percevoir le monde et les autres ; ceux de « souci » et de « sollicitude » renvoient à une manière d'être préoccupé par eux ; enfin, celui de « soin », à une manière de s'en occuper concrètement » (2010, p. 5). Le *care* englobe donc de multiples acceptions qui ne peuvent se traduire en un seul mot en français, c'est pourquoi de nombreuses féministes conservent le terme anglais et c'est également ce que nous ferons dans ce

mémoire. Cette définition donnée par Garrau et Le Goff démontre la « complexité des problèmes posés par les enjeux de la dépendance et de la relation à « l'autre concret » » (Perreault, 2019, p. 33). En effet, le terme de « care » regroupe aujourd'hui un ensemble d'éléments complexes outre le simple souci d'autrui, c'est pourquoi on parle désormais de perspective, de pratique ou d'éthique du *care*.

Selon Joan Tronto (2009), le *care* regroupe un ensemble d'attitudes caractérisant « le type de relation qu'il convient d'avoir avec un être, un élément naturel ou un objet à condition de reconnaître son appartenance à un monde vulnérable »¹⁸. Cet ensemble représenterait alors tout un système d'éducation morale comportant plusieurs caractéristiques ici résumées brièvement : l'attention, être attentif à l'autre pour répondre à ses besoins ; la responsabilité, ou la conscience de faire ou de ne pas faire quelque chose pour contribuer aux besoins de l'autre ; la compétence, l'habileté à pouvoir répondre aux besoins de l'autre et le faire en adéquation avec ces besoins ; la capacité de réponse, qui engage à la réceptivité et à la compréhension des besoins. Ces caractéristiques nous définiraient donc comme étant des êtres interdépendants, impliqués dans des situations différentes et des liens asymétriques¹⁹.

En reprenant les caractéristiques du *care* définies par Tronto (2009), on s'aperçoit que des préoccupations féministes et politiques peuvent y être adaptées. En effet, des thèmes de luttes déjà présents depuis la deuxième vague féministe sont représentés sous un nouvel angle à travers la perspective du *care* de Bourgault et Perreault (2019). Leur définition du *care* tient compte de l'aspect constant de vulnérabilité entre les êtres alors à travers cela les deux auteures ont traité d'une nouvelle manière

¹⁸ Brugère, F. (2009). Pour une théorie générale du « care », <https://laviedesidees.fr/Pour-une-theorie-generale-du-care.html>, consulté le 26 octobre 2020.

¹⁹ Ibid.

les précédentes luttes féministes intrinsèquement liées à l'attention, à la responsabilité, à la compétence ou la réceptivité. La pauvreté des femmes est, par exemple, une de ces préoccupations et l'éthique féministe du *care* réclame désormais « des programmes sociaux plus généreux » en dénonçant « les conséquences regrettables de la désinstitutionnalisation » (Bourgault et Perreault, 2019, p. 11). Les auteures Bourgault et Perreault (2019) expliquent alors que grâce à des enjeux sociaux précis, le *care* s'est constitué en un véritable champ d'analyse féministe indépendant, englobant ses problèmes, sa propre épistémologie et ses débats internes. Aujourd'hui, l'éthique du *care* est présente dans l'espace politique et aspire à transformer les conceptions sociales dominantes :

[Le *care*] s'intéresse entre autres aux inégalités structurelles et aux enjeux de la domination qui touchent les femmes à travers le monde, en particulier les plus marginalisées et les plus pauvres parmi celles-ci. Il effectue de la sorte un retour vers les féminismes matérialiste et marxiste, dont il s'est plus ou moins explicitement inspiré depuis les années 1950. (Bourgault et Perreault, 2019, p. 11)

On comprend alors que le *care* n'a plus la même définition qu'en 1980, qu'il n'est plus « un éloge de la sensibilité » (Bourgault et Perreault, 2019, p. 12) ou du « travail d'amour²⁰ ». Il représente aujourd'hui, selon Bourgault et Perreault, les injustices de genre liées au travail de soin dans nos sociétés contemporaines à savoir « la double journée de travail des femmes, leur surexploitation sur le marché du travail, la subordination des travailleurs et travailleuses du *care* - celles d'ici, mais particulièrement celles venues d'ailleurs, etc. » (2019, p. 12). C'est pourquoi « le paradigme du *care* permet de transformer à la racine les systèmes d'oppression qui

²⁰ Kittay, Eva F. (1999). *Love's Labor: Essays on Women, Equality, and Dependency*, New York, Routledge

touchent d'abord les femmes, mais également tous les êtres humains et non humains qui participent à l'espace social. » (Bourgault et Perreault, 2019, p. 14). Le *care* va donc au-delà du simple combat contre un féminisme sentimentaliste et différentialiste, il est une politique, une épistémologie et une éthique philosophique qui cherche à conscientiser les populations et à développer une forme de solidarité et d'*empowerment*. Nous constatons alors des liens explicites entre une conscience de l'intersectionnalité de ces enjeux et une volonté de changer les relations jugées comme inégales engendrées par des structures de pouvoir sexistes et racistes.

Dans ce mémoire, nous allons surtout nous appuyer sur les trois grands enjeux du *care* définis par les auteures Marie Garrau et Alice Le Goff dans leur ouvrage « Care, justice et dépendance. Introduction aux théories du Care » (2010) repris ensuite par Julie Perreault dans l'ouvrage « Le care. Ethique féministe actuelle » (2019). En effet, Perreault aborde ces trois enjeux et affirme alors que le *care* est un espace théorique et qu'il se déploie en trois grands enjeux : « 1) la vision d'une nouvelle anthropologie des besoins ; 2) la nécessité de remettre ces besoins et les vulnérabilités qui y sont associées au centre de la vie politique et sociale ; et 3) l'articulation de ces questions à un projet critique jugé essentiel, puisque l'activité de *care* demeure encore le substrat d'espaces de domination importants dans les sociétés occidentales contemporaines. » (Perreault, 2019, p. 31). Ainsi, le *care* d'aujourd'hui est une éthique et une politique qui doit prendre en compte la dépendance et les vulnérabilités dans les sociétés libérales, « afin de les ramener au coeur d'un projet de société plus positif, celui d'une « caring society » (Garrau et Le Goff, 2010, p. 9) » (Perreault, 2019, p. 31). Le *care* joue alors un rôle de rassemblement mais aussi de conscientisation des populations en mobilisant une approche relationnelle des phénomènes sociaux ainsi qu'une multitude de protagonistes (individus, groupes,

institutions). Le *care* implique une réflexion sur ce qui nous (re)lie aux autres et considère les relations sociales réelles et concrètes comme centrales (Paperman dans Bourgault et Perreault, 2019).

2.4. L'*empowerment* : une pratique mobilisatrice

L'éthique du *care* étant désormais définie comme une pratique féministe de la quatrième vague, nous allons maintenant aborder les conséquences du *care* sur les médias socionumériques en expliquant comment les internautes créent une forme d'« empuissance », projetant la cause féministe au-delà de la dimension virtuelle.

Le terme « *empowerment* » est arrivé dans les années 1980 dans la littérature anglo-saxonne. Il s'employait déjà dans la société civile américaine des années 1970, dans différents contextes tels que le mouvement militant féministe engagé dans des associations locales en Asie du Sud et aux Etats-Unis, le mouvement d'éducation populaire, les mouvements noirs revendiquant la représentation politique de leur communauté ou encore le mouvement des femmes battues aux Etats-Unis (Bacqué, Biewener, 2013, p. 25). Les auteures Bacqué et Biewener (2013) décrivent l'*empowerment* dans les mouvements féministes de la deuxième vague (1960-1970) comme étant :

[...] le processus d'acquisition d'une « conscience sociale » ou « conscience critique » permettant aux femmes de développer un « pouvoir intérieur », d'acquérir des capacités d'actions à la fois personnelles et collectives, et de s'inscrire dans une perspective de changement social. (Bacqué et Biewener, 2015, p. 54)

L'objectif de ce processus d'émancipation individuelle et collective est alors « un projet de transformation sociale » permettant de revoir, dans une approche marxiste, tout le système de justice sociale, « de redistribution, de changement social, de conscientisation et de pouvoir » (Bacqué et Biewener, 2015, p. 28). L'auteure Anne-Emmanuelle Calvès évoque dans l'un de ses articles la chercheuse et activiste indienne Srilatha Batliwala qui explique que les relations de pouvoir peuvent être modifiées grâce à trois axes :

[...] en remettant en cause l'idéologie qui justifie les inégalités (comme les rapports sociaux de sexe, ou la caste), en changeant les modalités d'accès et de contrôle des ressources économiques, naturelles et intellectuelles et en transformant les institutions et les structures qui renforcent et maintiennent les rapports de pouvoir existants (telles que la famille, l'Etat, le marché, l'éducation ou les médias). (Calvès, 2014, p. 309)

Cette notion émancipatrice s'est forgée durant la deuxième vague féministe suite aux revendications pour une égalité des droits entre les femmes et les hommes mais également grâce aux féministes universalistes qui luttaient contre la construction culturelle mais aussi légale et politique, due aux différences biologiques. Cette période a permis un renforcement de l'identité féminine et la mobilisation d'un grand nombre de femmes autour de mêmes idées. La notion d'*empowerment* s'est étendue aux troisième et quatrième vagues féministes avec ce même pouvoir mobilisateur et inspirant qui a permis une montée des féminismes. En effet, les luttes intersectionnelles de la troisième vague s'inscrivent dans cet *empowerment* et l'ont même élargi en s'adressant à d'autres communautés opprimées. Les mouvements de quatrième vague suivent cette idée intersectionnelle en développant de nouvelles

stratégies sur les outils numériques qui leur permettent alors un appel à mobilisation bien plus étendu et accessible à tout public.

L'*empowerment* est politique et, lié à la notion marxiste de conscientisation, il cherche à amener vers « une conscience des inégalités de pouvoir et la capacité d'organiser et de mobiliser » (Bacqué et Biewener, 2015, p. 22). Les mouvements féministes s'inscrivent entièrement dans cette démarche de conscientisation et de transformation sociale puisque « la lutte féministe consiste autant à découvrir les oppressions inconnues, à voir l'oppression là où on ne la voyait pas, qu'à lutter contre les oppressions connues » (Delphy, 2013, p. 164).

Plusieurs formes de solidarité féminine se sont développées au cours de la quatrième vague féministe notamment autour de la sexualité féminine et du corps féminin créant même un courant propre : le body-positivisme. Ce mouvement social en faveur de l'acceptation et l'appréciation de tous les types de corps humains est spécifiquement basé sur des photos et illustrations de femmes nues ou partiellement dénudées. Il lutte contre les représentations sexistes, centrées sur des corps homogénéisés répondant à des critères de normes sociales. Ce mouvement numérique est apparu sur les médias socionumériques au cours de la quatrième vague féministe, plus précisément en 2016, aux Etats-Unis. Nous pouvons alors remarquer que la solidarité féminine présente sur les médias socionumériques « participe du développement d'une puissance d'agir qui se manifeste dans des formes de résistance plus individuelles » (Albenga et Dagorn, 2019, p. 79). Ces médias socionumériques permettent aux femmes d'agir ensemble et de créer un *empowerment* sous lequel les femmes acquièrent « le sens d'une identité reposant sur la conscience de sa propre valeur et sur l'égalité » (Bacqué et Biewener, 2015, p. 60). Le paradigme de l'*empowerment*, étant un processus de pratiques

solidaires, découle de la perspective du *care* d'où cette forme de solidarité est créée. L'*empowerment* profite ainsi des interactions entre usager.ère.s sur ces espaces socionumériques. Les usager.ère.s peuvent ensuite facilement interagir entre eux.elles, localement ou internationalement, par le biais de groupes ou de pages numériques sur lesquels ils.elles expriment ou entrevoient des idées communes. Les médias socionumériques favorisent donc la dimension sociale de cette approche par la facilitation d'agir collectivement et par la présence importante de liens sociaux entre les individus.

L'*empowerment* est finalement un pouvoir d'agir collectivement grâce à un engagement individuel conscientisé et prend un sens politique dans sa lutte pour les transformations sociales. L'auteure Calvès évoque l'*empowerment* comme un « pouvoir créateur » apte à accomplir « un pouvoir collectif et politique mobilisé » (2014, p. 309). Il représente alors la solidarité engagée qui règne au sein des mouvements féministes et les inscrit dans l'émergence d'une approche portée sur des revendications participatives et sociales (Bacqué et Biewener, 2013).

Dans ce mémoire, nous tenterons d'analyser cet *empowerment* féministe de quatrième vague intrinsèquement lié à la perspective du *care* qui permet la création d'une forme d'empathie entre usager.ère.s des médias socionumériques. Nous étudierons donc des communautés numériques féministes et analyserons l'*empowerment* numérique engendré par le *care*. Nous aurons donc un but politique et social lié à l'éthique et la pratique du *care*.

2.5. L'affect comme moyen de mobilisation : personnalisation de la cause

Ayant précédemment abordé les spécificités de l'*empowerment* sur les médias socionumériques dans un contexte de quatrième vague féministe ainsi que son lien avec la perspective du *care*, nous allons désormais évoquer les moyens de mobilisation qui aboutissent à cet *empowerment* numérique par l'intermédiaire du *care*.

Les diverses revendications féministes traitant divers sujets ont essentiellement basé leur communication sur les médias socionumériques notamment Facebook, Twitter, YouTube et Instagram. Des espaces collectifs jeunes où l'*empowerment* est facilement visible grâce à une forte interactivité entre les usagers (Blandin, 2017). L'auteure Claire Blandin aborde les aspects militants présents sur le web et explique que « les pétitions mais aussi les campagnes de dénonciation ou d'information reflètent la diversité des productions de contenu rendue possible par les nouvelles technologies » (2017, p. 12). C'est alors cette dimension communautaire qui permet de rejoindre les usages féministes de mobilisation (Blandin, 2017).

L'auteur David Bertrand (2018) prend l'exemple de la plateforme de micro-blogging Tumblr et défend l'idée que « la pratique féministe consistera plutôt à créer des collections de témoignages ou d'anecdotes concernant des actes ou paroles considérés comme sexistes, racistes ou misogynes. » (2018, p. 240). Il précise également que « l'invocation du témoignage est [...] une pratique majeure du militantisme en ligne » (Granjon, 2012 cité dans Bertrand, 2018, p. 240). Cet auteur fait alors remarquer que l'aspect personnel d'un témoignage ou d'une anecdote publié par l'utilisateur, et l'aspect affectif c'est-à-dire l'émotion ressentie par le lecteur ou la lectrice, sont liés et renforcent encore davantage la reconnaissance de l'existence du sexisme (Bertrand,

2018). En effet, toujours selon Bertrand (2018), la visibilité sur ces espaces publics facilite « le recensement et la dénonciation en temps réel de comportements ou paroles considérés comme déviants » (p. 241). Dans ce même sens, on constate une popularisation de ces formes de dénonciation publique qui découlent ensuite sur des campagnes de sensibilisation et des constitutions de conseils de confiance et de sécurité comme par exemple le « Trust and Safety Council » de Twitter, composé d'organisations de protection des mineurs, d'associations féministes et antiracistes (Bertrand, 2018, p. 244).

Nous comprenons à travers ces différents écrits que les témoignages personnels textuels sont une forme privilégiée par les usager.ère.s en matière de dénonciation individuelle et collective. Ces témoignages usent alors de l'empathie et de l'affect en évoquant des éléments privés au sein d'une communauté, ce qui crée une forme de *care* et développe ainsi une solidarité numérique permettant de faire face à des problématiques de grande ampleur. L'*empowerment* « favorise ainsi une conscience de la nature du pouvoir dans lequel et à partir duquel les acteurs et actrices agissent » (Guétat-Bernard et Lapeyre, 2017, p. 17). La perspective du *care* est abordée dans le sens d'une reconnaissance affective, ou d'un besoin d'appel à l'empathie et aux émotions des personnes extérieures, liée à l'*empowerment* et est nécessaire pour comprendre les conditions des femmes (Guétat-Bernard et Lapeyre, 2017). « Le *care* ne peut qu'éveiller l'intérêt de ceux qui dénoncent une certaine « colonialité du genre », à l'oeuvre dans les stratégies d'*empowerment* » (Mestiri, 2016, citée dans Guétat-Bernard et Lapeyre, 2017, p. 18). Nous constatons un éveil des consciences à travers l'utilisation du *care* puisque les femmes se comprennent par les expériences qu'elles vivent et que le *care* est un outil impliqué dans l'*empowerment*. L'approche du *care* représente une philosophie et une stratégie féministe consistant à s'identifier aux autres et donc à prendre soin des autres. Ce

système basé sur l'empathie crée un sentiment d'identité et renforce la solidarité sociale et psychologique entre individus.

MÉTHODOLOGIE

Dans ce chapitre, nous présentons notre méthodologie en introduisant brièvement notre stratégie ainsi que notre posture épistémologique puis nous détaillerons notre choix de plateforme numérique pour cette étude. Ensuite, nous développerons les trois phases de notre méthodologie à savoir l'exploration des comptes sélectionnés puis, l'enregistrement des publications sur une période prédéterminée et enfin, l'analyse de ces données.

3.1. La stratégie méthodologique

3.1.1. Posture épistémologique

D'après Judith Butler (1990), la notion de genre se définit comme étant un attribut de construction sociale, politique et culturelle des sujets. Ainsi, dans ce mémoire, nous nous inscrivons dans une épistémologie féministe et constructiviste puisque notre travail reliera les aspects évolutif et médiatique des mouvements sociaux féministes à cet ensemble d'enjeux.

Les auteures Krolokke et Sorensen (2006) préviennent avant tout qu'il n'existe pas de méthodologie féministe énoncée comme telle : « There is no such thing as the

feminist communication method. So far, feminist communication scholars have simply not agreed that any single method is fundamentally feminist » (p. 47). En effet, il s'agit plutôt d'une pluralité et d'une diversité de méthodes utilisées par des spécialistes en communication féministe permettant alors des approches et des perspectives féministes. Elles ajoutent également que « None of these methods is "inherently" feminist, yet each, in its own way, helps recover women's voices and uncover the gender issues at stake in communication » (p. 47). D'autres auteures affirment ne pas pouvoir parler de « méthodologies féministes » mais plutôt de « perspectives féministes dans la méthodologie » (Lebel et Nadeau, 2000 ; Charron et Auclair, 2016 ; Lampron, 2016) :

Les méthodes, comme protocoles d'appréhension du réel, ne sont pas en soi féministes, c'est la façon de les utiliser et de problématiser le processus de production et de localisation des savoirs qui permet de produire des savoirs féministes et de subvertir les paradigmes scientifiques hégémoniques. (Charron et Auclair, 2016, p. 2)

Le choix d'utiliser une perspective féministe en recherche n'est pas anodine car celle-ci implique « d'interroger le processus de connaissance lui-même [...] et son ancrage dans les réalités sociales des femmes comme groupe historiquement négligé, invisibilisé et dominé par les approches masculines » (Landman, 2006 et Charron, 2013 citées dans Charron et Auclair, 2016, p. 2). Les auteures Krolokke et Sorensen ont ainsi proposé quatre approches méthodologiques différentes, ces choix reflètent « the thesis that each feminist methodology in question has been and can be related to the feminist communication theories » (2006, p. 47). Pour illustrer le paradigme structuraliste des méthodes de communication, elles ont choisi de décrire deux cadres méthodologiques distincts : l'analyse sociolinguistique et de conversation et la

sémiotique critique et analyse de discours critique (Krolokke et Sorensen, 2006, p. 47).

Ici, nous nous intéresserons uniquement à la troisième approche proposée par Krolokke et Sorensen, relevant des méthodologies post-structuralistes, intitulée « Poststructuralist Discourse Analysis (PDA) » (p. 54). Pour cette méthodologie, les auteures s'inspirent des travaux de Judith Butler (1997) avec une perspective rhétorique reliant la théorie de l'acte de parole de John L. Austin, la théorie de la communication critique de Pierre Bourdieu et la sémiotique de Jacques Derrida (p. 55). Butler nous définit comme des êtres sociaux influencés et mis en scène par les discours. Elle met alors l'accent sur la légitimité sociale et les statuts en s'inspirant de Bourdieu :

Butler (1997) drew partly on French sociologist Pierre Bourdieu, who emphasized social legitimacy and status, and partly on Derrida, who claimed that the quality of the sign itself is important. Butler has focused, however, on the embodiment of the speech act in terms of a coherence of word and body and the anchoring of the words in the social relation in question. (Krolokke et Sorensen, 2006, p. 56)

La question d'« enracinement » des corps peut également s'inverser puisque les corps performent des identités délimitées par le champ de discours. Cette construction d'identité s'applique aussi aux médias socionumériques dans le sens où les affordances délimitent voire même conditionnent des interactions et des expressions possibles. Ces affordances se rajoutent aux normes sociales existantes ou s'y combinent de façon à intensifier des expressions propres au sexisme comme cela a été le cas pour de nombreux mouvements en ligne, tels que le Gamergate ou le *fat*

*shaming*²¹ ou encore #MeToo. Lorsque Judith Butler aborde la « performativité » du genre, elle décrit comment la répétition des gestes et des stéréotypes participent à la construction d'un éventail de possibilités normatives d'expression du genre.

La vision constructiviste et la perspective féministe de Butler nous engage dans une étude du sujet féminin et de sa construction en tant que tel. Nous pourrions ainsi analyser l'éthique du *care* au sein des discours féministes en ligne et ses effets sur l'engagement et l'*empowerment* numérique. En effet, ce type de méthodologie analytique abordée ci-dessus, qui englobe un ensemble de théories sur le discours critique, la qualité du signe, les rapports sociaux ; nous permettra d'étudier l'influence du *care* dans les discours féministes diffusés sur les médias socionumériques et émis vers des êtres sociaux accédant à ceux-là.

En complément de cette analyse post-structuraliste, nous mobiliserons dans ce mémoire les écrits de Josiane Jouët, notamment son article concernant le genre à travers les technologies de communication. En effet, Josiane Jouët (2003) s'est intéressée aux liens entre le genre et les technologies de communication avec une perspective constructiviste féministe soutenant l'idée de co-construction et de mouvement entre la technologie et le genre puisqu'ils s'entre-construisent et évoluent simultanément. Dans le courant constructiviste, les médias socionumériques participent à la construction du genre puisque l'usage de ces technologies représente « un construit social qui met en jeu des phénomènes d'appropriation, d'identité, de lien social et de rapports sociaux où se repèrent à chaque fois les marquages du genre » (Jouët, 2003, p. 59). Cette auteure pose également la différenciation des usages entre les hommes et les femmes relevant « de la culture et des structures sociales imprégnées de la domination masculine sur la technologie » (p. 59).

²¹ Expression anglaise désignant l'acte de critiquer et d'humilier des personnes pour leur poids.

On comprend alors que les rapports sociaux se construisent à travers les pratiques de communication et qu'elles présentent un certain déterminisme technique et social. Ces outils ne sont bien sûr pas les seuls déterminants dans la construction d'identité d'un individu, la culture et l'environnement social la forgent en premiers lieux. La relation entre l'identité d'un individu, ses rapports sociaux et ses pratiques de communication forment des interactions complexes pouvant parfois être en contradictions ou non reliées entre elles. Dans ce mémoire, nous ne nous intéresserons pas aux relations entre l'identité structurelle d'un individu et ses pratiques de communication car cela serait trop complexe pour un mémoire comme celui-ci. Nous allons donc simplement axer notre recherche sur un média socionumérique en particulier, celui d'Instagram, et étudierons l'appropriation technique de ce média par des administratrices de comptes féministes, en suivant l'approche de Josiane Jouët. La construction de la différence par ces comptes et leurs administratrices sera alors prise en compte dans ce mémoire et sera présentée comme un enjeu technique et social pour ces femmes.

3.1.2. Approche qualitative

Nous opterons pour une méthodologie de recherche qualitative car notre travail vise principalement à comprendre et décrire les perspectives du *care* et formes de réception de celles-ci, autant pour les administratrices que les utilisateurs.trices de ces comptes Instagram féministes. Comme décrit par les auteures Sophie Alami, Dominique Desjeux et Isabelle Garabuau-Moussaoui : la méthodologie qualitative met l'accent « sur les effets de situation, les interactions sociales sous contraintes, la place de l'imaginaire ou le jeu des acteurs avec les normes sociales » (2019, p. 6). Elles expliquent également que les méthodes qualitatives « sont mobilisées comme méthodes exploratoires d'un phénomène social émergent » (p. 9), ce qui correspond

tout à fait à notre contexte d'une quatrième vague émergente avec une utilisation plurielle des médias socionumériques comme nouvelle stratégie de mobilisation. De plus, l'approche qualitative est également pertinente pour notre recherche car elle nous permet de faire apparaître une diversité de pratiques sociales, des ambivalences, des dynamiques, des détails, des signaux faibles (Alami et *al.*, 2019). Elle touche les mécanismes invisibles comme les effets d'appartenance sociale présents dans un système d'action (Alami et *al.*, 2019).

Dans ce mémoire, nous nous pencherons uniquement sur la dimension numérique du *care* dans les mouvements féministes. Cette ethnographie en ligne, décrite ci-dessous, permettra la définition et l'interprétation du *care*, sa mobilisation comme éthique féministe d'interaction en ligne mais aussi ses effets sur l'engagement et l'*empowerment* numérique. Nous chercherons alors à construire une méthode permettant de constater s'il y a une pratique émergente du *care* ou un assemblage de techniques communicationnelles et de politiques d'interactions numériques et d'usages qui tentent de construire un *care* féministe entre les internautes. Ainsi, selon différents critères, six comptes Instagram ont été sélectionnés pour cette étude analytique : les comptes Instagram doivent avoir un minimum de 20 000 abonné.e.s au moment de la collecte de données, doivent présenter leur compte comme étant féministe (dans l'autodescription du compte, nous noterons la présence du terme « féministe », d'un slogan, d'un nom de groupe ou de collectif reconnu comme tel) et doivent être des comptes francophones.

Notre méthodologie s'organise sous deux grands axes avec tout d'abord, une partie théorique et descriptive dédiée aux éléments textuels des comptes Instagram choisis puis, une partie analyse de contenus consacrée aux visuels collectés sur ces comptes

Instagram. Mais avant de débiter notre premier axe méthodologique, nous allons d'abord nous intéresser au choix déterminant de la plateforme.

3.2. Choix de la plateforme

Chaque média socionumérique possède des fonctionnalités, des usages et des usagers qui leur sont propres. Dans cette étude, nous avons choisi de nous intéresser à un média en particulier : Instagram.

3.2.1. Le média Instagram

Créée en 2010 par Kevin System et Mike Krieger, l'application Instagram a été lancée gratuitement sur iPhone et permet le partage de photos entre ami.e.s (Instagram, 2015b cité dans Laestadius, 2016, p. 574). Décrite par ses créateurs comme une « fun and quirky way to share your life with friends through a series of pictures » (Instagram, 2015a, cité dans Laestadius, 2016, p. 573), Instagram est une des plateformes socionumériques de visuels les plus populaires au monde (Instagram, 2016, cité dans Laestadius, 2016, p. 573). La plateforme est particulièrement populaire auprès des jeunes adolescent.e.s et jeunes adultes et est pourtant « relatively limited compared to social media platforms like Twitter » (Laestadius, 2016, p. 573). Le média Instagram est un espace-application numérique permettant la création et le partage de contenus photographiques pouvant être accompagnés de textes descriptifs. « Instagram's rich data necessitates novel approaches to combining visual imagery with captions, hashtags, and comments » (Highfield and Leaver, 2014 cités dans Laestadius, 2016, p. 574).

Comme toute technologie numérique, Instagram est un outil exigeant des compétences techniques et sociales, et ces codes doivent être maîtrisés pour notre recherche (Jouët et Le Carroff, 2013). De plus, différentes formes d'engagement sont observables sur ce média socionumérique :

[...] allant, par ordre décroissant, de l'auto-publication (écriture d'un post), à la réaction par voie de commentaire à une contribution, ou à la manifestation rapide d'une approbation par simple clic sur un « J'aime » ou autre presse-bouton. (Jouët et Le Carroff, 2013, p. 152)

Le choix du média Instagram est pertinent car sa particularité est d'avoir un rapport à la culture visuelle plus important que sur les autres plateformes (Laestadius, 2016). Cette particularité convient donc aux mouvements féministes car les messages visuels peuvent évoquer un ensemble d'enjeux, d'idéologies ou de valeurs. Ils sont plus attirants, percutants, dénonciateurs, expressifs. Instagram permet également aux usagers de s'exprimer et de partager les images publiées (Peregrina, 2019). De plus, les mouvements féministes actuels abordent des enjeux dont les particularités sont davantage visuelles comme le body-positivisme, le sex-positivisme, l'*anti-shut shaming* ou encore le *fat shaming*. Le média Instagram apparaît alors comme un relayeur d'informations et d'idées mais il est également un vecteur d'émotions, une aptitude des plus importantes pour les mouvements féministes.

Suite à la définition de notre stratégie de recherche, notre posture épistémologique et à l'explication de notre choix d'espace de recherche, nous pouvons maintenant dire que cette diversité d'approches méthodologiques féministes et les enjeux sociopolitiques reliés à ce type de recherches nous engage encore davantage dans le paradigme constructiviste. Notre objectif, dans ce mémoire, sera d'analyser la présence de l'éthique du *care* et les effets qui en découlent à savoir l'*empowerment* et

la cohésion, les témoignages personnels ou encore l'engagement des membres et des abonné.e.s sur des comptes Instagram féministes. En effet, nous étudierons la mouvance sociale numérique que crée les administratrices sur leurs comptes Instagram en publiant des photos d'elles-mêmes, des récits personnels (témoignage et anecdote), des illustrations, des slogans, des images, des thèmes récurrents etc. Cela nous permettra par la suite de constater les formes de *care* et de conscientisation construites sur cet espace.

3.3. Étapes de la recherche

Laestadius (2017) recense deux types de recherche en lien avec Instagram : les enquêtes visant à comprendre le comportement spécifique des usagers.ères d'Instagram et celles s'intéressant à des phénomènes secondaires via Instagram (Peregrina, 2019). Pour cette recherche, nous nous situons dans la deuxième catégorie avec une approche ciblée sur les phénomènes relevés sur la plateforme. En effet, la présence de la perspective du *care* est un phénomène que nous allons relever sur Instagram, qui représente donc un aspect secondaire ne visant pas directement les usagers.ères de la plateforme.

Comme nous réalisons notre étude dans le contexte de la quatrième vague féministe, nous réaliserons une étude ciblée sur des comptes Instagram ce qui nous permettra de constater les nouvelles formes de discours publiques des mouvements féministes. Cette étude nous permettra également de constater une continuité des luttes féministes grâce à l'étude de divers comptes Instagram regroupant une pluralité de féminismes contemporains. Nous aborderons donc la présence, l'importance, les définitions diverses ainsi que les représentations et manifestations de la perspective du *care* sur des comptes Instagram féministes à l'aide d'une collecte de données sur une période

précise à savoir entre le 15 octobre et le 15 décembre 2019, soit deux ans après le début des mouvements #MeToo.

3.3.1. Exploration des comptes sélectionnés

Comme discuté plus haut, le terrain choisi, Instagram, présente un contenu varié et fréquemment renouvelé en fonction de l'actualité quotidienne notamment en matière de féminismes. Pour englober un maximum de diversité de contenus, il est apparu important de diversifier le choix du corpus. En 2019, en préparation du mémoire, des observations non participantes ont été réalisées sur l'application Instagram, à partir de notre compte personnel, en nous abonnant à différents comptes féministes. Cette observation préliminaire a permis de déterminer les comptes les plus pertinents pour la construction de notre corpus ainsi que les périodes de publications les plus représentatives du mouvement féministe en ligne. Cette veille a permis une familiarisation du média Instagram, la détermination de thématiques intéressantes et une meilleure connaissance des tendances et expressions liées au mouvement féministe. Grâce à cette veille, nous avons pu dégager six comptes français, d'une forte influence sur ce média (plus de 20 000 abonné.e.s) et également une période de publication à étudier.

Cette phase exploratoire sera donc dédiée à notre corpus de recherche constitué des comptes suivants : cecile.dormeau, clitrevolution, coucoulesgirls, femen_official, les_glorieuses et the.s.i.m.o.n.e.s. Ces comptes Instagram ont été choisis selon divers critères, notamment celui du nombre d'abonné.e.s, des types de publication ou encore des discours prônés. De plus, ces comptes présentent une diversité de types de féminismes comme le body-positivisme, l'activisme militant, le thème de l'égalité salariale, les discriminations de sexes et de genre, les mèmes, etc. Cette diversité

permettra alors de mieux constater l'importance de la perspective du *care* comme politique, éthique et fil conducteur des féminismes de la quatrième vague.

3.3.1.1. cecile.dormeau

Ce compte français regroupe plus de 263 000 abonnés (au 21/03/2020). Il s'agit d'illustrations colorées mettant en scène des femmes de toutes tailles, de toutes corpulences, de tous les âges dans diverses situations quotidiennes. Il y a des illustrations sur le harcèlement, sur les émotions et le bien-être, sur l'acceptation de soi accompagnés de courts textes.

3.3.1.2. clitrevolution

Tenu par deux anciennes activistes Femen, Elvire et Sarah, ce compte Instagram français publie les diverses actions militantes en lien avec l'actualité française mais également internationale. Avec une communauté de plus de 90 000 abonné.e.s (au 21/03/2020), Clitrevolution informe sur les luttes féministes actuelles, conscientisent les populations, encouragent les femmes à s'exprimer et se mobiliser. Ce compte publie des textes, des photos d'actions militantes, des mèmes ou encore des illustrations revendicatrices.

3.3.1.3. coucoulesgirls

Ce compte Instagram est tenu par Juliette Katz, une chanteuse, youtubeuse, actrice et autrice française. Il comprend une communauté de plus de 479 000 abonné.e.s (au 17/04/2020). Le plus souvent, Juliette met en scène son corps, nu ou habillé, en

jouant sur l'humour et la perception des autres face à son corps. Il fait partie des comptes liés au body-positivisme puisque Juliette Katz présente son corps comme il est, avec des formes généreuses. Elle encourage les femmes à s'accepter et à ne pas succomber aux diktats de beauté.

3.3.1.4. *femen_official*

Il s'agit là du compte international du collectif Femen mais la majorité des publications proviennent du collectif localisé en France. Ce compte comptabilise plus de 24 900 abonné.e.s (au 17/04/2020) et publie les actions militantes du collectif. Le compte englobe divers sujets de lutte tels que la politique, les violences sexistes et sexuelles ou encore les affaires judiciaires. Le collectif présente les femmes comme étant des héroïnes n'ayant peur de rien, défendant l'avenir des femmes.

3.3.1.5. *les_glorieuses*

Compte tenu par Rebecca Amsellem, dénombrant plus de 65 700 abonné.e.s (au 17/04/2020), celui-ci met en avant les inégalités salariales entre hommes et femmes mais également d'autres formes de discriminations telles que les violences sexistes et sexuelles. Rebecca aborde souvent le soin des autres et son propre bien-être.

3.3.1.6. *the_s.i.m.o.n.e.s*

Ce compte français regroupe plus de 45 000 abonnés (au 21/03/2020) et est géré par deux femmes, Constance et Alix. Dès l'autodescription, ce compte se décrit clairement comme étant féministe et les publications de cette page sont assez variées,

allant des photos de femmes ayant bousculé certaines idées grâce à leur militantisme féministe aux illustrations de femmes nues, en passant par des photos de manifestant.e.s.

3.4. Enregistrement des publications

Nous pouvons donc constater que l'ensemble de ces comptes Instagram englobent divers thèmes relevant de la lutte féministe qu'ils interprètent différemment soit par des illustrations, des photos, des actions ou encore des textes. Grâce à cette diversité, notre étude s'étendra sur une pluralité de féminismes contemporains dans laquelle la perspective du *care* sera expliquée et analysée. Les connaissances seront ainsi élargies à un ensemble d'enjeux faisant partie de la quatrième vague féministe et pas uniquement à un seul aspect.

Nous allons maintenant aborder la deuxième phase de notre méthodologie à savoir l'enregistrement des publications Instagram. L'objectif de cette recherche étant de comprendre comment la perspective du *care* est définie et pratiquée sur des comptes Instagram féministes, nous avons d'abord construit une grille d'analyse descriptive alliant des données quantitatives (nombre de *likes*²², de commentaires et de vues) et qualitatives (type de contenu des publications, texte descriptif, commentaires). Son objectif était de nous permettre de décrire simplement et rapidement les contenus des comptes afin d'établir une typologie des publications pour ensuite coder ces publications selon différentes catégories présentant la perspective du *care*.

²² Le terme « like » provient de l'anglais et désigne l'action d'« aimer » un contenu sur un média socionumérique.

3.4.1. Collecte des données

La collecte et la construction de notre échantillon de publications sur les six comptes Instagram choisis ont débuté le 5 mars 2020. Il s'agissait de sélectionner et d'analyser une série de publications de chaque compte Instagram constituant le corpus de recherche. Comme ces comptes Instagram comptabilisent de nombreuses publications, nous avons choisi de déterminer une période précise soit du 15 octobre au 15 décembre 2019. La période couverte est donc de deux mois et correspond à un total de 482 publications pour l'ensemble des comptes Instagram sélectionnés. L'enregistrement des données a débuté le 5 mars 2020 et s'est terminé le 20 mars 2020.

Pour l'enregistrement des données, nous avons utilisé notre compte personnel Instagram sur lequel il était mentionné « étudiante en maîtrise à l'UQAM » et auquel nous avons ajouté la mention « actuellement en réalisation de recherches ethnographiques en ligne ». Nous avons sélectionné l'ensemble des publications de chaque compte sur la période pré-déterminée, soit deux mois, grâce à des captures d'écran et des téléchargements de publications via le logiciel InstaBro qui permet de retrouver des publications Instagram rapidement grâce à un lancement de recherche par hashtag, lieu ou nom de compte. Ce logiciel permet également de retrouver l'ensemble des commentaires et des *likes*.

3.4.2. Choix de la période

En ce qui concerne la période de recherche, celle-ci s'étend sur deux mois, du 15 octobre au 15 décembre 2019. Les mouvements #MeToo ayant débuté tout juste deux ans avant cette date là, le 15 octobre 2017, nous avons choisi cette période de deux

mois en 2019 pour constater ce qu'il restait de ces mouvements deux ans après. Aussi, nous ne pouvions pas couvrir la même période que les débuts de ces mouvements car, pour la plupart des comptes Instagram choisis, leurs créations datent d'après l'année 2017. Par conséquent, nous ne pouvions pas couvrir la période de commencement des mouvements #MeToo, soit en 2017, et avons donc choisi de nous intéresser à une période mensuelle similaire mais deux ans après ces mouvements.

3.4.3. Construction de la grille d'analyse

Nous avons construit une grille d'analyse descriptive alliant les données quantitatives (dates, nombre de « likes », nombre de commentaires, nombre de vues) et qualitatives (type de contenu, textes). La grille d'analyse est constituée de divers éléments permettant d'identifier rapidement les publications et leur compte Instagram de provenance. Cette grille a permis l'enregistrement des métadonnées, du contenu des images et des textes qui les accompagnent. Nous précisons ci-dessous comment s'est effectué l'enregistrement des publications Instagram dans la grille en fonction des catégories (Peregrina, 2019).

Métadonnées :

- a) Nom de fichier : l'enregistrement de chaque publication est réalisé via le logiciel InstaBro. Nous comptabilisons 482 enregistrements. Chaque enregistrement a ensuite été classé par nom de compte Instagram et ensuite transféré sur le logiciel NVivo. Chaque compte Instagram porte donc son propre nom de fichier et contient les publications enregistrées préalablement. Ces publications sont nommées par leur date de publication.

- b) Date, nombre de « likes », nombre de commentaires, nombre de vues : ces informations sont accessibles sur la plateforme Instagram pour chaque publication.

Image :

- a) Photographie : s'il s'agit d'une photographie d'action, d'être humain, d'évènement etc.
- b) Illustration : s'il s'agit d'un dessin, d'une illustration numérique, d'une image.
- c) Album : s'il s'agit d'un ensemble de photographies, d'illustrations ou de vidéos publiées au même moment et donc comprises dans une seule et même publication. Ce type de publication peut également être appelé des « slides ».
- d) Vidéo : s'il s'agit d'une vidéo animée, d'une vidéo filmée en manifestation ou d'une action, d'une personne qui parle.

En lien avec la définition de la méthodologie qualitative précédemment évoquée selon les auteures Sophie Alami, Dominique Desjeux et Isabelle Garabuaou-Moussaoui (2019), notre méthodologie met en avant « les effets de situation » (p. 6) grâce aux commentaires des publics, les « interactions sociales sous contraintes » (p. 6) avec les risques de censure de l'application Instagram (notamment pour les tétons féminins), « la place de l'imaginaire ou le jeu des acteurs avec les normes sociales » (p. 6) grâce à l'expression de la nudité dans le body positivisme et le sex positivisme, deux courants qui s'imposent sur Instagram.

3.5. Analyse de contenus

L'archivage de ces données a été fait dans un logiciel d'analyse de données qualitative permettant la capture, l'organisation, le codage et l'analyse de données qualitatives : le logiciel NVivo. Dans ce logiciel, l'ensemble de notre corpus est stocké de manière structurée avec un fichier nommé pour chaque compte Instagram et chaque publication nommée par sa date de publication. Nous avons ensuite construit des noeuds²³ simples permettant d'identifier et de retrouver les propos et les thématiques abordées sur ces comptes Instagram. Suite à quoi, nous avons pu réaliser le codage des chaque publication selon cet ensemble de noeuds. Toutes ces catégories relèvent de la perspective du *care* définit soit par C. Gilligan (1982) soit par S. Bourgault et J. Perreault (2019) et ont permis un codage qualitatif ordonné, clair et précis.

²³ Dans le logiciel NVivo, les noeuds correspondent aux critères retenus pour le codage d'un élément.

Tableau 3.5. Codage des références

Comptes Instagram	cecile.dormeau	clitrevolution	coucoulesgirls	femen_official	les_glorieuses	the.simones	Total
Nombre total d'images	23	46	29	62	61	261	482
Catégories							
actions militantes	0	7	1	47	5	7	67
body positivisme	5	5	16	0	2	17	45
charge mentale	1	0	0	0	1	18	20
conscientisation (affaires judiciaires + sexisme et violence)	0	8	1	31	7	6	53
actions contre les discriminations de sexe, race, genre	0	2	0	51	22	70	145
courage+force	0	9	0	2	7	55	73
encouragement à mener des actions	0	19	1	1	9	10	40
engagement militant	0	22	1	10	9	9	51
écouter les autres	0	0	0	0	11	0	11
nécessité d'une égalité salariale pour les femmes	0	0	0	0	9	2	11
émotions négatives	10	2	0	0	1	2	15
femmes célèbres	0	1	0	0	6	75	82
humour	11	5	8	0	8	24	56
conditions féminines de toutes les femmes (menstruations, corps féminins, luttes internationales)	0	2	0	18	3	2	25
pression sociale	1	0	1	0	0	10	12
self love	4	0	9	0	2	33	48
sex positivisme	0	6	0	0	0	1	7
soin de soi	0	0	0	0	4	9	13
solidarité+sororité	0	13	1	1	17	21	53
soulèvement des femmes	0	15	0	20	11	15	61
témoignages	0	1	0	0	1	0	2
injustices liées aux violences sexuelles	0	7	1	34	8	10	60
Total codes/compte	32	124	40	215	143	396	950

Le noeud « écouter les autres » recense les textes désignant un besoin d'écouter les femmes ou les photos de réunions entre femmes où les échanges et les discussions sont mis en avant. Le noeud « femmes célèbres » comprend les publications mettant en évidence certaines femmes connues ou réputées, peu importe leur domaine. Les noeuds « self love » et « soin de soi » se rejoignent mais leur distinction se fait dans la manière de parler de soi, ils ne visent pas les mêmes sphères. Le noeud « self love » vise plutôt la composante psychique et comprendra donc les publications désignant l'acceptation de soi, l'importance de la valorisation de soi ou encore de la

confiance en soi tandis que le noeud « soin de soi » vise davantage la composante corporel ou physique et englobera donc les publications désignant un besoin de prendre du temps pour soi, de penser à soi, de faire attention à soi. La plupart des noeuds ont été définis avant l'opération de codage à l'exception de ceux expliqués précédemment. Ils ont été ajoutés pendant l'opération de codage en fonction de leur récurrence dans les publications et leur intérêt pour notre étude.

De prime abord, nous pouvons déjà constater qu'il existe deux perspectives du *care* bien distinctes. En effet, nous avons d'un côté des termes se rapprochant de la définition théorique de C. Gilligan (1982) avec les catégories « soin de soi », « écouter les autres » puis, d'un autre côté, nous retrouvons la perspective du *care* perçue théoriquement par les auteures Bourgault et Perreault (2019) avec les termes « conscientisation », « charge mentale », « solidarité et sororité » ainsi que « sécurité ». Nous retrouvons également des termes plus généraux propres aux mouvements féministes comme « soulèvement des femmes », « nécessité d'une égalité salariale pour les femmes » ou encore « conditions féminines de toutes les femmes » englobant un ensemble de sous-catégories touchant toutes les femmes du monde comme les menstruations, le corps féminin, le partage international de certaines luttes, etc.

Au vue de ces premiers éléments, nous pouvons d'ores et déjà dégager trois grandes catégories de termes à savoir une première correspondant aux termes inclus dans la définition du *care* de Gilligan (1982), une deuxième comprenant les termes propres à la définition du *care* de Bourgault et Perreault (2019) et finalement, une troisième avec les termes reprenant les thèmes généraux des mouvements féministes de la quatrième vague. Nous pouvons également constater que la définition de Bourgault et Perreault (2019) semble plus englobante que celle de Gilligan (1982) car elle inclut

certaines dimensions de celles décrites par Gilligan (par exemple enlever la naturalisation mais conserver l'attention à soi et à l'autre, etc.). Ce qui expliquerait pourquoi la définition la plus récente, celle de Bourgault et Perreault (2019), affiche en fait une présente plus forte. Nous serons donc attentif.ve.s lors du codage et vérifierons si les passages codés relevant de la définition de Bourgault et Perreault (2019) incluent aussi des dimensions de la définition de Gilligan (1982).

Nous présentons ces trois catégories dans un second tableau ci-dessous.

Tableau 3.5. Termes classés par appartenance aux définitions de Gilligan (1982), Bourgault et Perreault (2019) ou correspondant aux thèmes généraux des mouvements féministes de la quatrième vague

Catégories classées par définition du care

Comptes Instagram	cecile.dormeau	clitrevolution	coucouplesgirls	femen_official	les_glorieuses	the.simones	Total
Nombre total d'images	23	46	29	62	61	261	482
Définition de C. Gilligan (1982)							
body positivisme	5	5	16	0	2	17	45
écouter les autres	0	0	0	0	11	0	11
émotions négatives	10	2	0	0	1	2	15
pression sociale	1	0	1	0	0	10	12
self love	4	0	9	0	2	33	48
sex positivisme	0	6	0	0	0	1	7
soin de soi	0	0	0	0	4	9	13
Total							151
Définition de S. Bourgault et J. Perreault (2019)							
charge mentale	1	0	0	0	1	18	20
solidarité et sororité	0	13	1	1	17	21	53
sécurité (lutte contre la discrimination et les violences sexuelles)	0	9	1	85	30	80	205
conscientisation (affaires judiciaires + sexisme et violence)	0	8	1	31	7	6	53
Total							331
Thèmes généraux de la quatrième vague féministe							
soulèvement des femmes	0	15	0	20	11	15	61
nécessité d'une égalité salariale pour les femmes	0	0	0	0	9	2	11
internationalité	0	1	0	18	2	2	23
Total							95
Total codes/compte	21	59	29	155	97	216	577

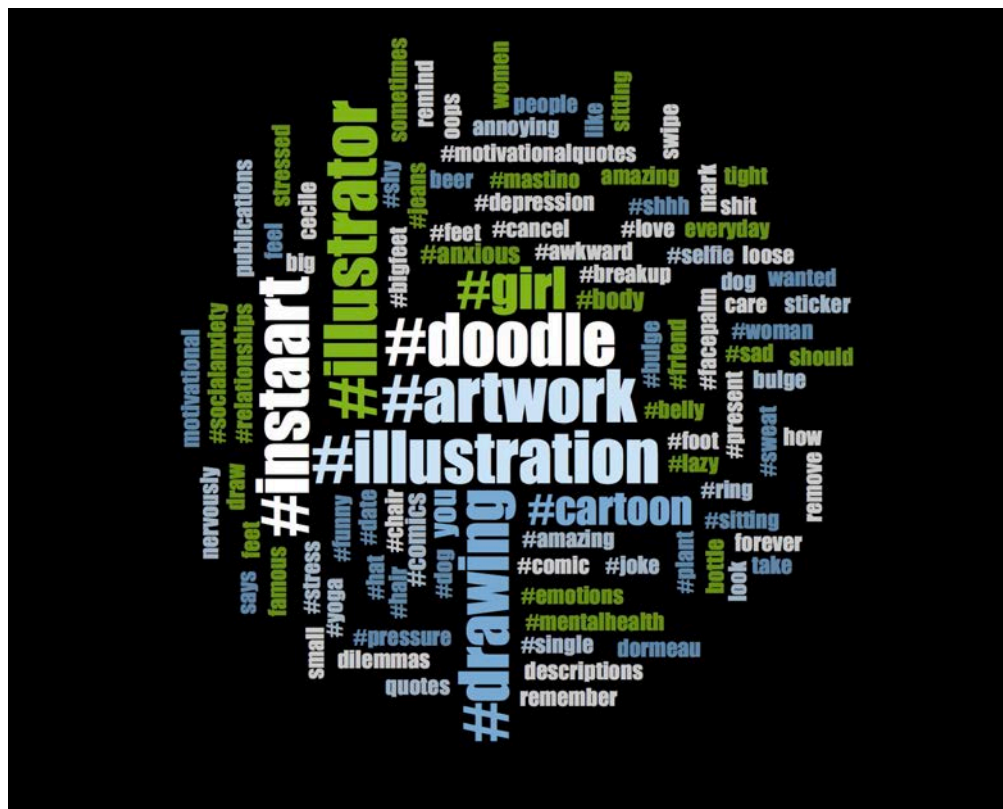
3.5.1. Ajustements pour une analyse affinée

Dans le but d'affiner notre analyse, nous avons choisi de ne conserver qu'une partie de ces noeuds, ceux représentant majoritairement les deux définitions de la perspective du *care* abordées précédemment (définition de Gilligan, 1982, ou bien celle de Bourgault et Perreault, 2019). Nous avons donc supprimé la troisième catégorie comprenant les termes généraux des thèmes de la quatrième vague féministes pour ne conserver que les deux premières catégories du tableau précédent, respectivement les termes appartenant à la définition de la perspective du *care* de Gilligan (1982) et ceux compris dans celle des auteures Bourgault et Perreault (2019).

Tableau 3.5.1. Termes classés par appartenance aux définitions de Gilligan (1982) ou Bourgault et Perreault (2019)

Comptes Instagram	cecile.dormeau	clitrevolution	coucoulesgirls	femen_official	les_glorieuses	the.simones	Total
Nombre total d'images	23	46	29	62	61	261	482
Définition de C. Gilligan (1982)							
body positivisme	5	5	16	0	2	17	45
écouter les autres	0	0	0	0	11	0	11
émotions négatives	10	2	0	0	1	2	15
pression sociale	1	0	1	0	0	10	12
self love	4	0	9	0	2	33	48
sex positivisme	0	6	0	0	0	1	7
soin de soi	0	0	0	0	4	9	13
Total							151
Définition de S. Bourgault et J. Perreault (2019)							
charge mentale	1	0	0	0	1	18	20
solidarité et sororité	0	13	1	1	17	21	53
sécurité (lutte contre la discrimination et les violences sexuelles)	0	9	1	85	30	80	205
conscientisation (affaires judiciaires + sexisme et violence)	0	8	1	31	7	6	53
Total							331
Total codes/compte	21	43	29	117	75	197	482

3.5.2. Nuage de mots : cecile.dormeau



3.5.2. Nuage de mots : coucoulesgirls



3.5.2. Nuage de mots : femen_official



3.5.2. Nuage de mots : les_glorieuses



3.5.2. Nuage de mots : the_s.i.m.o.n.e.s



Cette méthodologie qualitative s'est réalisée en trois temps avec une première phase exploratoire, une deuxième phase pour l'enregistrement des données et une troisième phase consacrée à l'analyse de celles-ci. La première phase nous aura permis d'explorer les six comptes Instagram choisis et de les décrire brièvement. Dans la seconde phase dédiée à l'enregistrement des publications, nous avons pu expliquer notre période d'étude, la collecte des publications et la construction de notre grille d'analyse. Et enfin, la troisième phase nous aura permis d'énoncer l'analyse des 482 publications Instagram et d'aborder les « nuages de mots » pour chaque compte Instagram, créés sur le logiciel NVivo.

Toutes ces données nous ont permis de répondre à notre objectif puisque, à partir des éléments de catégorisation et du codage réalisé, nous sommes désormais en mesure de présenter des résultats concernant l'appartenance des comptes Instagram étudiés à une des deux définitions de la perspective du *care*.

Pour l'analyse de nos résultats, nous mobilisons des concepts déjà établis et optons pour une méthode inductive permettant de comprendre l'importance du *care* dans notre échantillon mais également de passer d'observations particulières à des perspectives plus générales. En effet, les auteures Kristine Balslev et Madelon Saada-Robert expliquent que le mode inductif « consiste à aborder concrètement le sujet d'intérêt et à laisser les faits suggérer les variables importantes, les lois, et, éventuellement, les théories unificatrices » (Beaugrand, 1988, p. 8 cité par Balslev et Saada-Robert, 2002, p. 89). Elles ajoutent également que cette méthode vise « l'élaboration de modèles qui dépassent le cas particulier [...] et permettant d'en faciliter la compréhension » (Balslev, Saada-Robert, 2002, p. 89). Les résultats sont présentés dans les deux chapitres suivants et se divisent en deux temps avec premièrement, une analyse théorique des définitions du *care* sur les six comptes

Instagram étudiés puis deuxièmement, une analyse de contenus de la pratique du *care* sur ces mêmes comptes.

PRÉSENTATION DES RÉSULTATS

Dans ce chapitre, nous présenterons notre analyse autour de la présence de l'éthique du *care* sur les comptes Instagram féministes *cecile.dormeau*, *coucoulesgirls*, *clitrevolution*, *femen_official*, *les_glorieuses* et *the_s.i.m.o.n.e.s*. Nous nous appuierons sur l'analyse de 482 publications datant de la période du 15 octobre au 15 décembre 2019 soit deux ans après le début des mouvements #MeToo. Comme indiqué dans le chapitre précédent, notre analyse se divise en deux parties distinctes avec dans un premier temps, une analyse théorique étudiant l'appartenance des comptes Instagram à une des deux définitions du *care* puis une seconde partie davantage pratique consistant en une analyse de contenus de la pratique du *care* sur ces mêmes comptes. La première partie se consacrera donc plutôt aux descriptions textuelles associées aux publications des comptes étudiés tandis que la deuxième s'attardera davantage sur les visuels publiés sur ces mêmes comptes Instagram. Ces analyses nous permettront ainsi de constater les différences théoriques et pratique de la perspective du *care* sur chaque compte Instagram.

Avant tout, nous précisons que les publications ont été analysées telles que les abonné.e.s ou les utilisateurs.trices d'Instagram ont pu les recevoir. C'est-à-dire que nous nous sommes basés uniquement sur les données publiques et accessibles sur les six comptes Instagram choisis.

Nous cherchons à savoir comment la perspective du *care* est utilisée sur les comptes Instagram féministes et ce qui en découle. L'analyse des publications a donc pour objectif de rechercher comment la perspective du *care* est représentée sur les comptes Instagram féministes, comment celle-ci est définie et pratiquée. Mais avant cette analyse, nous étudierons les stratégies Instagram des six comptes choisis en présentant leur gestion, leurs objectifs ainsi que leurs contenus.

4.1. Stratégie Instagram des comptes étudiés

Les comptes Instagram *cecile.dormeau*, *coucouplesgirls*, *clitrevolution*, *femen_official*, *les_glorieuses* et *the_s.i.m.o.n.e.s* ont été créés au cours de différentes années, dans une tranche temporelle s'étalant sur quatre ans, entre les années 2014 et 2017. Ces comptes existent également sur d'autres médias socionumériques, principalement Facebook puisque Twitter n'est utilisé que par les comptes *les_glorieuses* (9 852 tweets) et *the_s.i.m.o.n.e.s* (165 tweets)²⁴ et YouTube n'est utilisé que par le compte *coucouplesgirls* (132 vidéos) et une seule fois par le compte *clitrevolution* mais via un autre compte, « *francetv slash / causes* », sur lequel Sarah et Elvire ont posté une série appelée « *Clit Revolution* ». Des contenus sont donc publiés quotidiennement sur l'ensemble de ces médias mais Instagram et Facebook restent les médias les plus utilisés par l'ensemble des administratrices des comptes étudiés.

La stratégie Instagram diverge selon les objectifs et contenus de chaque compte. En effet, les stratégies, thèmes de lutte ou encore gestion numérique sont propres à chaque compte. Nous allons donc étudier ici les éléments qui composent cette stratégie.

²⁴ Chiffres au 23.06.2020

4.1.1. Gestion et objectifs

Certains comptes sont constitués d'une seule administratrice (cecile.dormeau, coucoulesgirls et lesglorieuses), d'autres d'un binôme (clitrevolution et the_s.i.m.o.n.e.s) ou d'un collectif international (femen_official). La gestion des comptes Instagram, Twitter, pages Facebook ou encore chaînes YouTube est généralement supervisée par les administratrices elles-mêmes puisqu'elles sont seules ou à deux, seul le collectif Femen dédie sa communication à une seule personne par pays.

En ce qui concerne les objectifs de ces comptes Instagram, nous émettrons l'hypothèse qu'il s'agit d'objectifs qualitatifs dont le but premier serait de faire passer des messages divers à leurs publics dépendamment des sujets propres à chaque compte. Tout d'abord, les comptes cecile.dormeau et coucoulesgirls s'axent surtout sur le corps des femmes, la confiance et la valorisation de soi. Ces comptes ont donc pour objectif la désacralisation des corps féminins afin de briser les diktats féminins. Les comptes clitrevolution et femen_official étant plus axés sur le militantisme féministe, ils s'allient pour défendre les droits des femmes, briser les tabous sexuels, abroger les violences sexistes et sexuelles. Le compte les_glorieuses présente un sujet davantage économique : les inégalités salariales entre hommes et femmes. En outre, les_glorieuses rejoint les thèmes de lutte des comptes clitrevolution et femen_official puisque ce compte aborde également les discriminations de genre et les violences sexistes et sexuelles. Ce compte informe et démontre tous les progrès sociaux que la France doit encore faire en matière de droits et d'égalités. Enfin, le compte the_s.i.m.o.n.e.s aborde un ensemble de thèmes féministes, de la définition de l'intersectionnalité aux personnages historiques féminins en passant par le tabou des

règles et les luttes anti-racistes. Ce compte explore une diversité d'idées et de combats permettant d'informer les publics sur les luttes actuelles.

L'ensemble de ces comptes abordent des sujets en lien avec l'actualité mais à chaque fois à leur manière, avec un type de publication différent. Nous pouvons constater une certaine homogénéité puisque les luttes se complètent d'un compte à un autre. Les stratégies de ces comptes visent donc à informer les abonné.e.s sur les luttes féministes tout en gardant un lien constant avec l'actualité.

4.1.2. Contenus

Certains comptes Instagram ne proposent pas les mêmes contenus que sur leurs pages Facebook. L'usage de Facebook est différent par ses fonctionnalités. Ce média facilite par exemple le partage de liens internes et externes, ce que Instagram ne permet pas. Cette fonctionnalité est donc largement utilisée par les comptes *clitrevolution*, et *les_glorieuses* pour renvoyer vers des articles, des événements ou encore des sites Internet grâce à des hyperliens. Facebook fonctionne alors comme un agrégateur pour les abonné.e.s en leur permettant de se tenir au courant des actualités (jeux-concours, invitation à des événements) et en relayant des informations (émissions de radio, articles de presse, actualités, etc.)²⁵.

Instagram est une plateforme reposant sur le partage visuel. Les possibilités d'intégrer des liens et de partager du contenu externe sont limitées. Malgré ces limites, les six comptes que nous étudions publient régulièrement la même chose sur Instagram et sur Facebook. Mais, même si les contenus sont généralement similaires, les objectifs ne sont pas les mêmes sur les deux médias. En effet, Instagram est un reflet visuel des

²⁵ Peregrina, 2019

luttons féministes tandis que Facebook est davantage un média de relai d'informations (affaires judiciaires, polémiques, luttes féministes) sur lequel les usagers.ères ont plus de facilité à lire les descriptions des publications, à s'informer et à se rediriger vers des liens externes (article de presse, évènement, témoignage, etc.).

Nous n'aborderons pas ici les contenus des six comptes sur Facebook mais uniquement sur Instagram. Tout d'abord, nous pouvons constater, grâce à tout ce que l'on sait déjà sur les six comptes Instagram étudiés, que certains comptes abordent des sujets ou exposent des idées similaires mais à chaque fois sous un autre angle. Les comptes cecile.dormeau et coucoulesgirls, tous deux axés sur l'aspect du corps féminin, sont liés par ce thème de publication mais adoptent chacun un style bien différent. Le compte cecile.dormeau aborde le thème du body positivisme sous forme d'illustrations graphiques, dynamiques et colorées tandis que le compte coucoulesgirls publie des photos d'elle-même, Juliette Katz, sur lesquelles elle met en scène son corps et en joue avec humour. Le compte cecile.dormeau publie quotidiennement (plusieurs fois par semaine) et comptabilise 744 publications. Le compte coucoulesgirls publie environ une fois par semaine et comptabilise 579 publications²⁶.

Les comptes clitrevolution et femen_official sont souvent reliés car les administratrices de clitrevolution faisaient autrefois partie du collectif Femen. Ces deux comptes abordent donc souvent les mêmes thèmes mais là encore, de façon différente. En effet, le compte clitrevolution publie de nombreux textes, des illustrations d'autres comptes, des livres, des podcasts etc. Tandis que le compte femen_official publie spécifiquement des photographies des actions du collectif

²⁶ Chiffres au 23.06.2020

Femen. Ces comptes sont donc reliés par leur vision féministe et leurs combats similaires mais les présentent chacun à leur manière. Le compte clitrevolution publie quotidiennement (plusieurs fois par semaine voire parfois plusieurs fois par jour) et comptabilise 469 publications. Le compte femen_official publie de façon presque journalière (une ou plusieurs publications par jour) mais tout dépend de l'actualité. Ce compte comptabilise 757 publications.

Le compte les_glorieuses est une infolettre qui se concentre notamment sur l'égalité salariale entre les hommes et les femmes. Ce compte, géré par Rebecca Amsellem, publie toutes sortes de choses mais toujours en lien avec l'actualité. On y retrouve alors des illustrations colorées, de nombreux textes, citations, livres ou encore des photographies d'actions militantes féministes comme les marches et les collages féministes. Le compte les_glorieuses publie une publication par jour, parfois plus, et comptabilise 1057 publications.

Enfin, le compte the_s.i.m.o.n.e.s est devenu, au fil des années, une marque de vêtements et de produits aux slogans féministes. Les deux administratrices publient donc leurs produits mais également de nombreux mèmes, des illustrations, des textes, ou encore des photographies de femmes célèbres. Ce compte ne publie pas forcément en lien avec l'actualité mais publie plutôt tout ce qui plaît et qui paraît important aux deux administratrices. Le compte the_s.i.m.o.n.e.s publie de façon journalière plusieurs publications et comptabilise 1915 publications²⁷.

²⁷ Chiffres au 27.08.2020

4.2. Analyse théorique et textuelle

Dans cette sous-partie, nous analyserons les descriptions textuelles des comptes Instagram féministes sélectionnés pour ensuite pouvoir les relier à une des deux définitions théoriques de la pratique du *care*, soit celle de C. Gilligan (1982) ou celle de S. Bourgeault et J. Perreault (2019). Nous rappelons brièvement que C. Gilligan, dans son ouvrage « *In a Different Voice. Psychological Theory and Women's Development* » (1982) définissait la perspective du *care* comme étant une « éthique fondée sur la préoccupation [*care*] d'autrui » (p. 53) et qu'il s'agissait d'une responsabilité et d'une sensibilité aux besoins des autres propre aux femmes. Les auteures Bourgeault et Perreault n'étant pas en accord avec cette définition essentialiste, se sont appuyées sur de nombreux travaux et ont amené une nouvelle définition du *care* en 2019. En effet, pour elles, « le care d'aujourd'hui occupe un espace résolument politique » (p. 11) qui ne repose pas simplement « sur un éloge de la sensibilité » (p. 12). Ainsi, elles expliquent que l'éthique du *care* d'aujourd'hui « s'intéresse entre autres aux inégalités structurelles et aux enjeux de la domination qui touchent les femmes à travers le monde, en particulier les plus marginalisées et les plus pauvres » (p. 11). Cette nouvelle version du *care* se présente alors sous forme de messages de conscientisation, de discussions, de questions, de témoignages ou encore de photographies en lien avec la charge mentale, la solidarité, la sécurité. L'objectif de ce *care* est alors d'interpeller émotionnellement les individus afin de leur faire prendre conscience de ce que vivent les femmes, de se plonger dans leur quotidien.

La perspective du *care* est une philosophie et une pratique différente pour chaque auteure et il en est de même pour chaque compte Instagram. Nous allons donc étudier comment cette perspective est définie théoriquement sur chaque compte en analysant

les descriptions textuelles et les nuages de mots tout en faisant des liens avec les définitions théoriques du *care* abordées précédemment.

4.2.1. cecile.dormeau

Le compte cecile.dormeau ne définit pas théoriquement ni explicitement ce qu'est la perspective du *care* selon elle, mais l'aborde dans plusieurs de ses publications. En effet, à travers les publications que nous avons analysées, nous retrouvons une « caring attitude » (Brugère, 2011, p. 3) où l'attention de soi et d'autrui est primordiale. Pour expliquer cela, nous avons sélectionné plusieurs descriptions textuelles associées à des publications du compte cecile.dormeau :

- Publication du 5 décembre 2019 : *nervously remove sticker from beer bottle* 🥺
#shy #illustration #illustrator #doodle #drawing #instaart #artwork #socialanxiety #anxious #cartoon
- Publication du 2 décembre 2019 : When he says "Women should have small feet"
🤔 #feet #bigfeet #foot #girl #doodle #illustration #illustrator #drawing #instaart #artwork #cartoon #shhh
- Publication du 23 octobre 2019 : Swipe ➡️ If motivational quotes are annoying you, remember that it's ok to feel like shit sometimes ❤️ Take care ❤️
#motivationalquotes #depression #mentalhealth #comic #cartoon #doodle #drawing #illustration #illustrator #instaart #artwork

Cette série de descriptions textuelles illustrent l'importance donnée par ce compte au soin de soi et à l'acceptation de ses émotions, qu'elles soient positives ou négatives notamment avec l'utilisation des termes « nervously » et « socialanxiety » précédant le terme « take care ». La phrase « it's ok to feel like shit sometimes » banalise ces émotions et encourage les femmes à assumer cette partie d'elles-mêmes. On retrouve alors le « soin mutuel » (Brugère, 2011, p. 7) et une forme d'encouragement quant à l'acceptation de soi vis-à-vis des autres individus sociaux.

4.2.1. Nuage de mots : cecile.dormeau



Le nuage de mots du compte cecile.dormeau présente différents aspects de son travail et de sa personnalité. Malgré sa nationalité française, Cécile Dormeau s'adresse à son public en anglais, c'est pourquoi ce nuage de mots ne présente que des termes

anglophones. Tout d'abord, nous pouvons constater une fréquente utilisation de mots présentant son travail d'illustratrice (#illustrator, #artwork, #illustration). Ensuite, on retrouve différentes émotions (#sad, stressed, #anxious, #depression, feel). Ces émotions sont le plus souvent identifiées comme étant négatives. On retrouve ensuite des termes liés au langage corporel (#body, #hair, #bigfeet). Et enfin, des références à la perspective du *care* (care, #socialanxiety, #mentalhealth).

Ainsi, ces exemples de descriptions textuelles tirées du compte Instagram cecile.dormeau et son nuage de mots associé prouvent combien le soin de soi et des autres est important pour cette administratrice. Celle-ci dédie une bonne partie de ses publications à ce thème et se retrouve alors plus proche de la définition du *care* donnée par C. Gilligan (1982) puisque Cécile Dormeau exerce un « impératif moral » dans lequel elle tente de soulager de façon individuelle les femmes en prenant soin [*care*] de leur bien-être (Gilligan, [1982], 2019, p. 156). Ce qui représente alors « une responsabilité envers le monde afin d'en discerner les maux « réels et reconnaissables » et de les soulager » (Gilligan, [1982], 2019, p. 156). Il s'agit là d'une pratique dédiée aux autres, aux plus vulnérables ou à ceux qui se trouvent en difficulté.

4.2.2. clitrevolution

Le compte Instagram clitrevolution, tenu par Sarah et Elvire, ne se définit pas non plus directement dans une perspective du *care*. Dans la première phrase de description du compte, on retrouve seulement les termes suivants : féminisme, sexualité, activisme. En effet, sur ce compte, on retrouve de nombreuses publications en lien avec l'activisme féministe et l'appel à la « sororité », terme lié à celui de « sollicitude » (Bourgault et Perreault, 2019, p. 10). A travers les textes publiés sur

leur compte Instagram, nous pouvons constater que la perspective du *care* se retrouve directement dans leurs descriptions textuelles. Voici deux exemples :

- Publication du 2 novembre 2019 : #Repost @innafemen • • • Appel à la sororité.

En Russie, nos sœurs féministes @alenapopova et @alexandramitroshina mènent un combat difficile pour obtenir une loi sur les violences conjugales. Alena est avocate et co-autrice d'un projet de loi ayant pour but de protéger toutes les victimes de violences conjugales à travers le pays. Avec Alexandra, une célèbre bloggeuse russe, elles ont initié une campagne de sensibilisation et sont parvenus à attirer l'attention de la société et des médias sur la nécessité d'une telle loi. Néanmoins, cette campagne a aussi attiré l'attention de nombreux opposants, qui attaquent cette initiative féministe au nom d'une soi-disant protection des « valeurs familiales ». Malheureusement, les autorités russes font aussi partie des opposants à ce projet et ont déjà interdit à deux reprises la tenue d'une manifestation en sa faveur à Moscou. Les autorités interdisent purement et simplement une manifestation publique en soutien à une loi contre les violences conjugales, malgré la présence parmi les organisatrices de Rita Gracheva, une victime, qui a eu les mains coupées par son mari. Puisqu'aujourd'hui en France et ailleurs nous nous élevons contre les #féminicides et les violences conjugales pour demander plus de financements et de solutions, l'utilisation de bracelets d'éloignement et d'autres réformes pour réduire le nombre de féminicides, j'appelle à soutenir le combat de nos sœurs en Russie qui sont privées du droit élémentaire de manifester publiquement en faveur d'une loi sur les violences conjugales. Merci de partager cette information, malgré le shadow ban de mon compte, et de soutenir le combat pour la sécurité des femmes à travers le monde.

- Publication du 18 novembre 2019 : Combien sommes-nous à remettre en question quotidiennement nos capacités à agir et à penser ? À manquer de confiance en nous ? À nous dévaluer en permanence pour un prétendu manque de connaissance, de force physique, de qualité oratoire ? Rien qu'en écrivant ce manuel, alors que nous avons amassé les connaissances et l'expertise nécessaire pour le faire, nous nous sommes sans cesse remises en question. Sommes nous légitimes ? Assez documentées ? Est-ce-qu'on est pas juste en train d'écrire de la merde ? Rassurez-vous nous ne sommes pas nées avec toutes ces appréhensions. Elles ne sont pas inscrites dans nos gènes. Depuis des siècles, notre société joue sur les insécurités des femmes pour mieux nous dominer. Se kiffer est donc un enjeu majeur pour enfin changer de disque. Ce n'est pas toujours facile, mais avec un peu d'entraînement et d'entraide on vous promet que vous allez y arriver. ➡ lien dans la bio. #feminisme #syndromedelimposteur #manueldactivisme #empowerment #girlpower #sororamour #sororité

Ces deux textes descriptifs représentent différentes formes de *care*. D'abord, dans la première description textuelle, nous pouvons noter qu'il s'agit d'un « repost », ou d'une « re-publication » en français, provenant du compte Instagram @innafemen. Il s'agit d'un « Appel à la sororité » en lien avec leurs « soeurs féministes » de Russie qui se battent, tout comme en France, contre les violences conjugales. A la fin du premier texte, on relève la phrase suivante : « Puisqu'aujourd'hui en France et ailleurs nous nous élevons contre les #féminicides et les violences conjugales pour demander plus de financements et de solutions, l'utilisation de bracelets d'éloignement et d'autres réformes pour réduire le nombre de féminicides, j'appelle à soutenir le combat de nos soeurs en Russie qui sont privées du droit élémentaire de manifester publiquement en faveur d'une loi sur les violences conjugales. ». Cette

phrase est un appel à l'entraide, à l'*empowerment* et à la solidarité permettant aux lecteurs et lectrices de s'immerger dans le quotidien des femmes russes, où la liberté d'expression est très limitée. On observe donc ici un but de conscientisation collective et d'apprentissage aux droits des femmes dans d'autres pays que la France. Enfin, la dernière phrase de ce texte, « soutenir le combat pour la sécurité des femmes à travers le monde », rejoint la vision du *care* de Bourgault et Perreault (2019) pour lesquelles le *care* permet de rassembler les individus et de conscientiser les populations sur les violences sexistes et sexuelles en problématisant l'« exploitation domestique » (Delphy, 2013, citée dans Bourgault et Perreault, 2019) des femmes et le « sexage²⁸ » (Guillaumin, 1978, citée dans Bourgault et Perreault, 2019).

Dans le second texte, Sarah et Elvire abordent la légitimité de parler de féminismes. Elles expliquent alors que les femmes sont conditionnées pour ne pas croire en elles et que s'aimer et se sentir légitimes demandent « un peu d'entraînement et d'entraide ». Sur cette publication, elles encouragent donc les femmes à prendre confiance en elles et à assumer leurs positions pour « transformer à la racine les systèmes d'oppression qui touchent d'abord les femmes, mais également tous les êtres humains et non humains qui participent à l'espace social » (Bourgault et Perreault, 2019, p. 14). Les deux administratrices de ce compte soutiennent et aident les femmes, c'est ce qui leur permet d'instaurer une relation de confiance entre leurs abonné.e.s et elles-mêmes.

C'est donc à travers les textes du compte *clitrevolution* que l'on relève la présence de la perspective du *care*. Sarah et Elvire usent de la pratique du soin pour faire valoir

²⁸ « [...] expression évoquant l'esclavage et le servage caractéristiques de l'économie foncière, pour désigner la relation par laquelle la classe dominante s'est appropriée non seulement la force de travail des femmes, mais aussi leurs corps et leur sexualité dans l'économie domestique moderne » (Guillaumin, 1978, p. 10-18, citée dans Bourgault et Perreault, 2019).

Premièrement, on relève plusieurs termes du champs lexical de l'activisme (femmes, action, activisme, combat, activistes, révolution) dans ce nuage de mots. Ensuite, Sarah et Elvire ont récemment écrit un livre, « Clit Revolution Manuel d'activisme féministe » (2020), et font donc une auto-promotion de celui-ci sur leur compte. C'est pourquoi on retrouve de nombreuses références au livre (manuel, livre, campagne, projet). Enfin, on retrouve le champs lexical du soutien (familles, participer, aider, soutenir, soutien, offre, conseils). On y trouve aussi les mots « violences conjugales » qui relèvent d'un thème plus global que nous appelons la sécurité. Les violences faites aux femmes sont un sujet représenté avant tout à travers les quatre vagues féministes mais elles relèvent également de la perspective du *care* car il s'agit de faits

socio-politiques, qui nécessitent une prise de conscience et davantage de moyens humains, financiers et juridiques. De plus, la sécurité est une préoccupation du *care* car les femmes sont trop souvent placées dans une posture de vulnérabilité ordinaire alors qu'elles ne devraient pas se sentir comme tel. Le *care* tente alors de lutter contre ces injustices de genre en conscientisant les populations et en éduquant sur les relations et les rapports de pouvoir existants entre les sexes, les genres, les races.

4.2.3. coucoulesgirls

Le compte Instagram coucoulesgirls, tenu par Juliette Katz, ne présente pas non plus sa propre perception du *care* dans sa description principale. Mais cette forme de soin se retrouve à travers plusieurs publications du compte notamment celles abordant les complexes corporels :

- Publication du 8 décembre 2019 : Cellulite, vergetures & co vous invitent à ne pas avoir honte d'elles et d'apprendre à les regarder avec amour. Cordialement ❤️
- Publication du 28 novembre 2019 : Je ne mettais pas prise en photo comme ça depuis au moins 4 ans. Pourtant, ce jour là, j'avais envie de me trouver bonasse dans mon unique regard. Sans celui de mon mec, sans celui d'un photographe, sans celui des autres. Et ça va peut être vous surprendre, mais dès lors qu'il est question de me voir et d'être séductrice ou sexy, cela m'est très difficile. Je l'ai associé à « être femme » depuis toujours. Je sais, c'est complètement con et complètement faux, mais c'est si compliqué de se détacher de ces associations d'idées qui sont ancrées depuis tellement longtemps. Il y a une partie en moi qui refuse d'être cette femme remplie d'assurance, une femme responsable et bien dans ce qu'elle est. Une femme tout court en fait. Je sais pas vraiment pourquoi mais j'y travaille ! Pour

vous ce n'est peut être qu'une simple photo d'une meuf qui essaie d'attirer l'attention pour qu'on lui dise qu'elle est belle. Bon c'est peut être un peu ça aussi 😂 mais c'est surtout une autre manière, pour moi, d'aller me chercher la ou je ne suis pas à l'aise. ... Et toi, si tu le faisais aussi ? Balance ta photo en story avec le #jesuisbonnebebe. Le but étant de repousser les limites que tu te mets, de te sortir de ta zone d'habitude et de te voir différemment. Pas juste de poster une photo de toi ou tu te trouves mimi hein ! 🤞💕🔥

Ces deux textes démontrent une forme de *care* propre au compte coucoulesgirls qui se soucie particulièrement du bien-être mental vis-à-vis de son physique. Dans le premier texte, Juliette Katz encourage les personnes à aimer leur corps tel qu'il est. Il s'agit là d'une forme de soin puisque Juliette Katz cherche à valoriser les éléments corporels perçus comme étant des défauts (cellulite, vergetures) et à les rendre beaux aux yeux de tous.tes. Cette forme de soin d'autrui rejoint la définition du *care* de Carol Gilligan (1982) puisque pour elle « une éthique du bien-être [*ethic of care*] de l'autre repose sur une logique psychologique des relations humaines » (p. 117) . Juliette Katz tente alors de soulager les « maux réels et reconnaissables » (Gilligan, [1982], 2019, p. 156) des femmes en abordant ses complexes physiques et en les rendant banals. Juliette Katz s'impose alors une responsabilité du soin des autres mais pas seulement puisqu'elle tente surtout de relier les insécurités ressenties individuellement au sexisme plus généralement vécu. C'est à travers cette volonté d'apaiser les insécurités de ses abonné.e.s que Juliette Katz représente sa vision du *care*.

Le deuxième texte évoque également le bien-être mental mais aborde davantage de l'amour porté à son propre physique. L'administratrice explique alors qu'elle tente de

déconstruire les préjugés associés au fait d'« être femme » (être une séductrice, être sexy, avoir de l'assurance, être responsable) et encourage ses abonné.e.s à « repousser les limites » qu'ils s'imposent pour sortir de leur zone de confort et assumer leur corps tel qu'il est. Cette conception du *care* rejoint « l'impératif moral » décrit par Gilligan comme étant « une injonction à prendre soin [*care*] du bien-être de soi et d'autrui » (Gilligan, [1982], 2019, p. 156). De plus, elle apporte une dimension politique du *care* en présentant la société comme sexiste et discriminatoire vis-à-vis des femmes. Finalement, à travers ce deuxième texte, on constate un lien étroit entre la conscientisation, notamment par la reconnaissance d'expériences partagées et le fait de témoigner ou de parler de soi, et le *care* comme étant politique, présenté par le fait de prendre soin des autres en parlant des conditions qui semblent être personnelles mais qui se révèlent être partagées à travers les témoignages.

4.2.3. Nuage de mots : coucoulesgirls



Directement relié au compte Instagram coucoulesgirls, le nuage de mots met en avant les thèmes précédemment évoqués dans les descriptions textuelles à savoir la combinaison des mots « femme » et « amour », fréquents sur ce compte Instagram mais aussi ceux relevant du champs lexical du corps (nue, corps, regard). Puis, nous retrouvons le champs lexical de la peur (doutes, peurs, apprendre, seule, rien). Et enfin, des termes en lien avec le combat (battre, actes, actionne, marche).

4.2.4. *femen_official*

Le compte Instagram *femen_official* concerne l'ensemble du collectif Femen et comme les précédents comptes abordés, la perspective du *care* se retrouve à travers diverses publications. Ce compte Instagram présente principalement les actions militantes du collectif Femen et a donc un objectif de visibilité. Mais à travers leur militantisme, le collectif transmet une forme de *care* et d'*empowerment* en défendant les droits des femmes et en prônant leur unification. Voici deux textes descriptifs démontrant la perspective du *care* sur ce compte :

- Publication du 23 novembre 2019 : PATRIARCAT, À GENOUX ! Avec 137 femmes assassinées depuis début janvier, la promesse gouvernementale d'un milliard factice et un réalisateur pédocriminel au box-office, ces derniers jours ont été particulièrement éprouvants. Ce samedi 23 novembre, FEMEN a intégré le cortège avec le visage giflé d'une main violette de #NousToutes pour dire stop aux violences faites aux femmes mais aussi pour célébrer la puissance de toutes celles qui se lèvent et se révoltent. Regardez-nous ! Avec les slogans : « Destruction du patriarcat programmée », « Domination masculine tremble! » et « Patriarcat à genoux », nous maintenons que la hache de guerre contre le terrorisme patriarcal est toujours déterrée. Alors nous n'étions qu'une poignée, désormais nous sommes

légion. Craignez-nous, nous sommes partout. Les murs de nombreuses villes sont tous recouverts et placardés de notre indignation et de notre colère. Nos mots surgissent aux abords des carrefours, sur les monuments, dans l'intimité d'une ruelle. Le monde du cinéma brise l'omerta sur les violences sexuelles grâce à des femmes courageuses. Les victimes tweetent et dénoncent leur calvaire sur les réseaux sociaux. Les rassemblements se multiplient pour dénoncer les violences intra-familiales. Des centaines d'internautes dédient une minute de silence aux femmes assassinées pour faire levier sur le gouvernement. Nous voyons avec enthousiasme les lignes bouger, les victimes se relever et les femmes prendre les armes. Être féministe est même devenu un cri de ralliement. Nous ne sommes plus seules, la société civile est de notre côté. Aujourd'hui nous sommes une multitude, unies, déterminées et vindicatrices, prêtes à en découdre avec les violences sexistes et sexuelles. La terreur a changé de camp, la honte n'est plus devant notre porte. Aucune femme ne tendra plus jamais la joue. Nos incantations libertaires vont faire sauter tes fondations. Le printemps des femmes est là ! TREMBLE PATRIARCAT ! TA FIN EST PROCHE ! Photos de @capucinehenry #noustoutes #femen #patriarcat #feminisme #noustoutesparis #marchecontrelesviolencessexistesetsexuelles

- Publication du 9 novembre 2019 : 30 ANS DEPUIS LA CHUTE DU MUR DE BERLIN. Aujourd'hui, cela fait 30 ans que le mur est tombé en Allemagne. Cela fait 30 ans que le pays a été réuni, ainsi que sa population. Maintenant, il est temps qu'il y ait aussi une réunification des femmes. Les femmes sont séparées depuis des siècles et ont appris qu'elles sont en compétition les unes avec les autres. Nous devons nous rendre compte que nous ne sommes pas en compétition les unes avec les autres, nous sommes sœurs. Nous devons commencer à réfléchir à nos similitudes plutôt que de nous séparer des autres femmes. Nous vivons toutes des expériences très similaires, indépendamment de notre religion, de notre

appartenance ethnique ou de notre classe sociale. Notre oppression est basée sur le sexe. Faisons tomber les murs entre nous et vivons enfin en liberté. 🌻🌸🌻

#sisterhood #reunification #Wiedervereinigung #sisterhoodispowerful #femen
#feminism #womenspringiscoming #berlin #murdeberlin #féminisme #allemagne

A travers ces deux textes, nous pouvons constater une certaine défense et un appel à l'*empowerment*. Le premier texte traite des violences sexistes et sexuelles faites aux femmes et de la solidarité que cela engendre à travers la France : « Être féministe est devenu un cri de ralliement. Nous ne sommes plus seules, la société civile est de notre côté. Aujourd'hui nous sommes une multitude, unies, déterminées et vindicatrices, prêtes à en découdre avec les violences sexistes et sexuelles. ». Ces mots affirment l'unification, le besoin de vengeance des femmes et la solidarité entre elles. Le collectif use donc de la perspective du *care* définie par Bourgault et Perreault (2019) puisque le *care* permet ici d'allier un plus grand nombre pour « dénoncer et contrecarrer de graves injustices de genre » (p. 12) mais également pour « transformer à la racine les systèmes d'oppression qui touchent d'abord les femmes » (p. 14). La fin de phrase « la société civile est de notre côté », exprime également une forme de *care* car les luttes féministes sont devenues des enjeux politiques défendus par les populations grâce à un effet de conscientisation. Le collectif invite à se rassembler et à témoignages contre les oppresseurs. Il utilise donc l'effet des témoignages d'injustices et d'expériences vécues par des femmes pour mobiliser vers l'action.

Dans le deuxième texte, les mots utilisés prouvent encore une fois que la solidarité féminine est primordiale aujourd'hui, que les femmes doivent se soutenir car elles sont du même camp : « Nous devons nous rendre compte que nous ne sommes pas en

[illegible]

Dans le nuage de mots relatif au compte Instagram *femen_official*, de nombreux termes sont en lien avec les idées revendicatrices du collectif (prostitution, fascism, against, dictator). Le collectif cible également directement les personnalités (Tariq Ramadan, Putin, Erdogan, Franco). On retrouve ensuite le champs lexical de l'activisme féministe (international, war, femmes, #feminism, freedom, activistes, rights, action, stop, forces). Et enfin, celui des violences (crimes, victimes, voice, violences, sex, die, #noustoutes).

4.2.5. *les_glorieuses*

Le compte Instagram *les_glorieuses*, tenu par Rebecca Amsellem, s'élève contre les inégalités liées au sexe et au genre. Les textes de ce compte abordent le plus souvent les inégalités salariales entre les hommes et les femmes et, par la défense des droits du travail, Rebecca cherche à allier les femmes et abroger cette injustice salariale. Voici deux exemples nous permettant d'identifier ces thèmes :

- Publication du 5 novembre 2019 : Jour-J. Aujourd'hui, nous sommes le 5 Novembre. A partir de 16h47, et suivant les calculs, les femmes en France ne sont plus payées. Aujourd'hui, nous nous engageons pour que cela cesse, pour endiguer et lutter bruyamment contre non seulement cette inégalité genrée, mais aussi contre le fossé existant entre femmes blanches et racisées. Vous pourrez retrouver notre conférence de presse en live ici même dès 8h30, et nos Newsletters Les Glorieuses et Les Petites Glo concernant ce point aujourd'hui. Vous vous sentez concerné·e·s ? Partagez nos publications, newsletters, memes, live.. Il n'y aura aucune égalité si nous ne sommes pas TOUTES égales. #5novembre16h47

- Publication du 4 novembre 2019 : J-1 avant le #5novembre16h47, et on en profite pour vous rappeler que, s'ajoutant aux inégalités salariales hommes-femmes, un écart est aussi à déplorer entre femmes blanches et femmes racisées. Cette inégalité, ses causes, et les façons de la combattre constitueront l'objet principal de notre conférence de presse de demain matin. Vous pourrez la suivre en direct dès 8h30 sur notre Instagram, et pouvez encore vous inscrire pour y participer en nous envoyant un message ici même.  Aujourd'hui, @arielebonte vous parle également de notre manque à gagner dans votre newsletter #5novembre16h47 (lien en story).  Contre le patriarcat, contre le bénévolat.

Les deux textes choisis illustrent spécifiquement les inégalités genrées entre hommes et femmes notamment dans le domaine professionnel puisqu'elles font partie des luttes féministes mais également parce qu'elles représentent un thème de la perspective du *care*. Rebecca, administratrice de ce compte Instagram, dénonce explicitement ces injustices de sexe mais aborde également un problème de discrimination lorsqu'elle parle du « fossé existant entre femmes blanches et racisées », devenu une problématique socio-politique.

Grâce à ces deux textes du compte les_glorieuses, nous pouvons directement relier les idées du compte avec la définition du *care* selon Bourgault et Perreault (2019) puisque ces deux auteures s'entendent aussi pour dire que le *care* permet de « dénoncer et contrecarrer de graves injustices de genre liées au travail de soin dans nos sociétés contemporaines : la double journée de travail des femmes, leur surexploitation sur le marché du travail, la subordination des travailleurs et travailleuses du *care* - celles d'ici, mais particulièrement celles venues d'ailleurs, etc. » (p. 12). Mais au-delà de ça, le compte Instagram les_glorieuses propose une

[illegible]

Dans ce nuage de mots, nous pouvons constater plusieurs revendications féministes issues de ce compte et identifiées grâce aux hashtags nommant directement les polémiques (#ubercestover, #5novembre16h47, #noustoutes). On retrouve le champs lexical de la solidarité (sororité, ensemble, mouvement, club, communauté, femmes). Et enfin, celui des luttes féministes (féministes, histoire, accès, égalité, inégalité, gagner, sexistes, violences, bouger, patriarcat, genre, révolution, lutter).

4.2.6. the_s.i.m.o.n.e.s

Le compte Instagram the_s.i.m.o.n.e.s aborde régulièrement l'égalité des sexes sous une forme pédagogique dans ses publications, le plus souvent sous des formes visuelles. On retrouve donc peu de textes associés aux publications Instagram de ce compte. Nous souhaitons tout de même présenter un exemple de texte descriptif existant sur ce compte et avons choisi un texte dans lequel les deux administratrices, Constance et Alix, expliquent à leur public les termes qu'elles emploient et ce qu'ils représentent pour elles :

- Publication du 21 novembre 2019 : La SORORITÉ 🤝 l'expression de la solidarité entre femmes, pour construire un front commun en prenant en compte les clivages de classe ou de "race". 📌 La sororité comme étendard : pour ne pas céder aux attaques sexistes à l'encontre des autres femmes 📌 s'inspirer de celles qui brillent et motiver celles qui en ont besoin 📌 ne pas juger les femmes pour leurs choix personnels, être à l'écoute de chacune d'entre elles. 🤝 Art : @shopsundae #sororité #sorority #sisterhoodispowerful #sororityislife #women #togetherstronger #together

Ce texte aborde la solidarité existante et essentielle entre les femmes ainsi que les barrières auxquelles celles-ci doivent faire face telles que les discriminations raciales, les attaques sexistes, les jugements personnels, etc. Ces aspects rejoignent donc la définition du *care* notamment dans l'abolition de toutes sortes de discrimination. En effet, l'éthique du *care* et de la justice ne sont pas opposées et proposent ensemble un questionnement moral pour que la société se soucie de tous.tes ses citoyen.ne.s.

Après avoir présenté nos résultats relatifs à l'analyse théorique de la perspective du *care* sur chaque compte Instagram, nous allons maintenant présenter les résultats de

notre analyse de contenus visant à illustrer les pratiques visuelles de la perspective du *care* sur ces mêmes comptes Instagram.

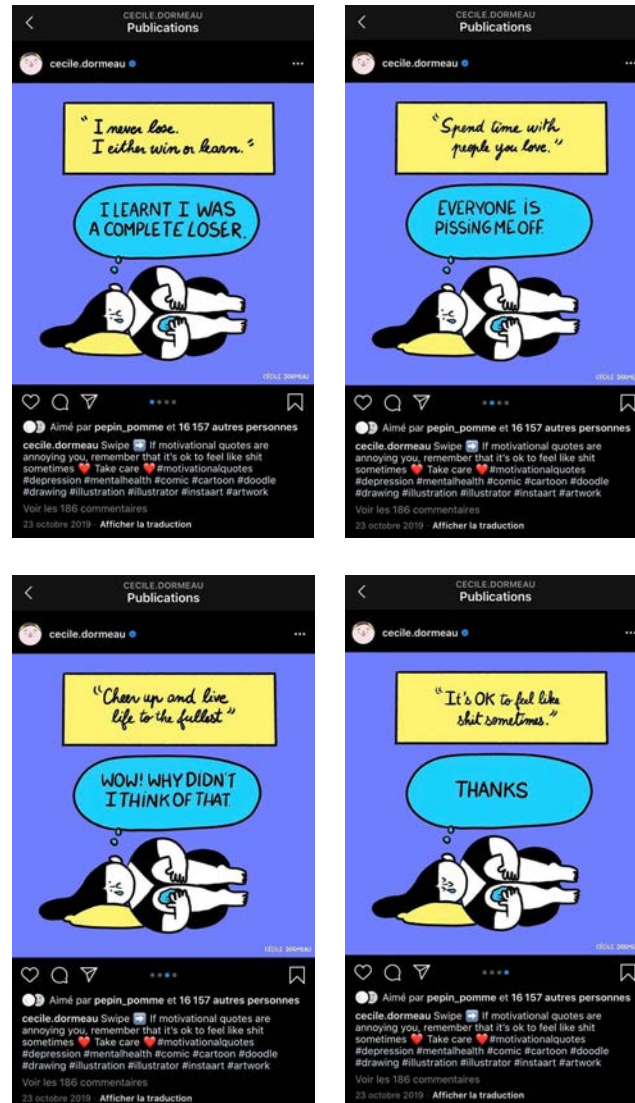
Notre analyse s'est uniquement consacrée aux visuels des publications Instagram et a été réalisée grâce au logiciel NVivo. Afin de ne pas perdre de temps avec des catégories peu présentes sur les six comptes Instagram constituant notre corpus de recherche, nous avons identifié les onze thèmes les plus pertinents pour notre étude et les avons classés par thème d'appartenance soit à la définition du *care* de Carol Gilligan (1982) soit à celle de Sophie Bourgault et Julie Perreault (2019)²⁹.

4.3.1. cecile.dormeau

Comme évoqué précédemment, le compte Instagram cecile.dormeau aborde régulièrement les ressentis négatifs que peuvent ressentir les femmes comme le manque de motivation, la tristesse ou encore le manque de confiance en soi. Elle parle également de la charge mentale des femmes et de la pression sociale qu'elles doivent souvent supporter dans la société contemporaine. Voici quelques exemples de publications du compte cecile.dormeau présentant ces ressentis :

²⁹ Voir Tableau 3.5.1. Termes classés par appartenance aux définitions de Gilligan (1982) ou Bourgault et Perreault (2019), p. 60.

4.3.1. Captures d'écran, publication du 23 octobre 2019



Dans les quatre « slides » ci-dessus, qui forment une seule publication, Cécile Dormeau banalise les émotions négatives que les femmes peuvent ressentir de temps en temps. Cette publication représente une femme couchée, recroquevillée sur elle-même avec un visage triste. On peut également apercevoir une larme sur une de ses joues. Mais au fil des textes inscrits sur les images, on distingue un soulagement sur

le visage de cette femme. On comprend alors, grâce aux textes, qu'elle n'avait pas le moral, qu'elle se sentait comme « complete loser » mais que la dernière phrase, « It's OK to feel like shit sometimes. », lui redonnait le sourire. Sur cette dernière image, on ressent alors que cette femme dessinée se sent réconfortée, comprise et plus confiante. Le personnel est alors relié au *care* des autres puisque c'est cette éthique qui influe sur la vie personnelle des individus. Une forme de dépendance se crée alors entre l'administratrice et ses abonné.e.s.

4.3.1. Captures d'écran, publications du 7 novembre 2019



Dans cette publication-là, le thème de la pression sociale ou « social anxiety » est illustré. Cécile Dormeau illustre notamment cette pression sociale avec une femme âgée de 30 ans et vivant apparemment seule, donc qui n'est pas mariée et sans enfant. Une autre femme en face d'elle paraît désespérée pour elle et lui dit « Don't worry, the divorced and widowed will come soon... ». Cette image représente la pression sociale dans laquelle peut vivre une femme de 30 ans, pas mariée et sans enfant

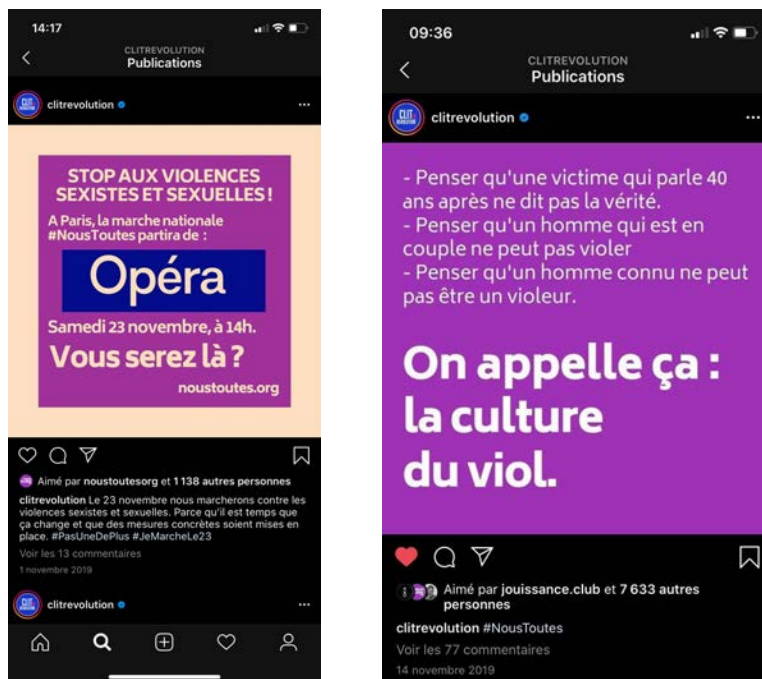
puisque, pour la société, elle est déjà trop âgée et n'attirera bientôt plus que les hommes divorcés ou veufs. Cette publication illustre donc le quotidien de certaines femmes qui ne sont pas considérées « dans la norme ».

Cet ensemble d'échantillons de publications tirées du compte Instagram *cecile.dormeau* coïncide avec les premières analyses textuelles de ce compte puisqu'il démontre qu'il rejoint là encore la définition du *care* de Carol Gilligan (1982), où l'attention et l'écoute de soi-même sont des thèmes essentiels dans la pratique du *care*. Le personnel se trouve alors relié aux enjeux politiques puisque le *care* s'appuie sur les relations entre les individus.

4.3.2. clitrevolution

Le compte féministe *clitrevolution*, davantage militant, aborde régulièrement le thème des violences sexistes et sexuelles faites aux femmes et a été très engagé dans la lutte contre les féminicides en 2019. Voici quelques exemples démontrant cet engagement et faisant appel à la perspective du *care* :

4.3.2. Captures d'écran, publications des 1er et 14 novembre 2019



Sur la première publication, à gauche, nous retrouvons un texte aux couleurs du collectif NousToutes en lien avec la marche contre les violences sexistes et sexuelles du 23 novembre 2019 à Paris, organisée par le collectif féministe NousToutes. Le thème de cette marche (lutte contre les violences sexistes et sexuelles) fait donc entièrement partie des sujets féministes de la quatrième vague mais à travers cette première publication, nous tiendrons surtout compte de l'*empowerment* généré. En effet, sur cette publication Instagram, nous retrouvons la perspective du *care* à travers l'appel à la mobilisation que le compte *clitrevolution* représente. Ce compte publie une publication d'un autre compte Instagram (le compte *noustoutesorg*) et emploie le sujet personnel « nous », inclusif et évoquant une unité.

Puis, sur la publication de droite, nous retrouvons encore un texte sur un fond violet, dénonçant la culture du viol. Cette publication est en lien avec l'affaire Roman Polanski, réalisateur poursuivi pour viol sur mineure et d'autres agressions sexuelles sur plusieurs femmes. Cette affaire judiciaire est devenue politique puisque les violences sexistes et sexuelles sont un enjeu systémique, c'est pourquoi le compte Instagram *clitrevolution* définit brièvement la culture du viol et explique pourquoi il faut la combattre. La quatrième vague démontre les liens entre le *care* à l'*empowerment* en laissant une place importante à l'écoute et au respect des témoignages personnels puis en les contextualisant dans les systèmes sexistes et socio-politiques actuels. Cette vague féministe insiste sur les liens entre le personnel et le politique, tout comme lors de la deuxième vague féministe, en mobilisant la solidarité et la sororité intersectionnelle de ces luttes systémiques.

Ces deux publications sont donc en lien avec les violences sexistes et sexuelles et engagent toutes deux à agir contre ces injustices. Elles relient également les enjeux politiques au personnel et reflètent la volonté d'une transformation d'une société individualiste. Le *care* cherche à consolider les relations interpersonnelles et à conscientiser les esprits par rapport à certaines problématiques sociales qui perdurent. Ainsi, nous pouvons dire que le compte *clitrevolution* use de la perspective du *care* définie par Bourgault et Perreault (2019) puisqu'il dénonce les injustices de genre et les « conceptions sociales dominantes » (p. 11) en les rendant politiques et systémiques.

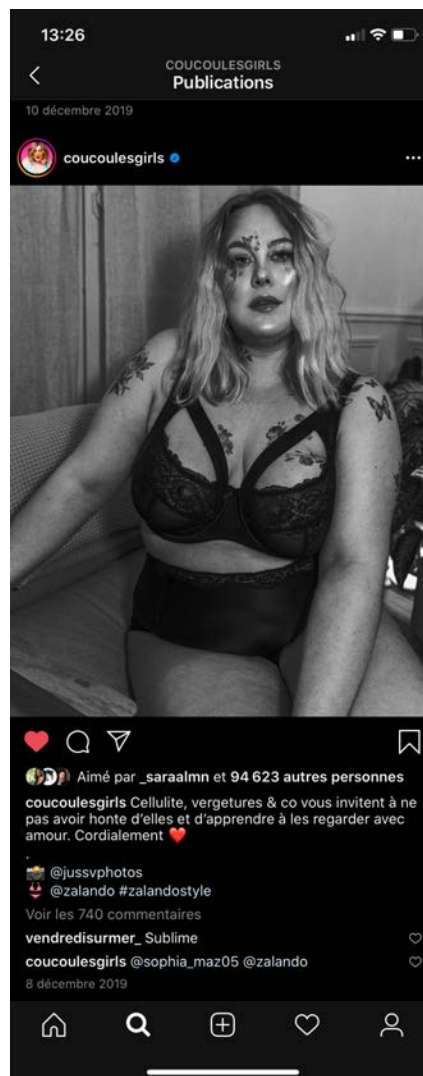
4.3.3. coucoulesgirls

Juliette Katz, administratrice du compte *coucoulesgirls*, cible principalement les discriminations ciblant les personnes dites en surpoids ou obèses. En effet, ces

personnes sont régulièrement pointées du doigt et ces discriminations, largement répandues aujourd'hui, encouragent la stigmatisation de celles et ceux dont le corps est jugé non conforme à la norme traditionnellement acceptée, à savoir la minceur³⁰. Les normes de beauté des femmes sont ici vécues individuellement mais abordées en groupe, même de façon publique, et sont dénoncées collectivement. Sur ce compte Instagram, Juliette y publie de nombreuses photos d'elle pour éveiller les esprits et pousser les personnes de tout sexe à s'accepter telles qu'elles sont. Ce compte Instagram est donc axé sur le « body positivisme » et le représente à travers des photographies.

³⁰ Heyme care, Grossophobie : de la violence au body positive, <https://heyeme.care/fr/blog/grossophobie-de-la-violence-au-body-positive>, consulté le 20 août 2020.

4.3.3. Captures d'écran, publications des 28 novembre et 8 décembre 2019



Ces deux exemples de publications démontrent une certaine affirmation de soi et une preuve de confiance grâce aux postures choisies par Juliette Katz. En effet, en exposant son corps et en présentant ses complexes, Juliette Katz s'engage dans le « body positivisme » et encourage ses abonné.e.s à faire de même pour s'accepter. Cette pratique est une forme de *care* puisqu'en se servant de son corps, cette

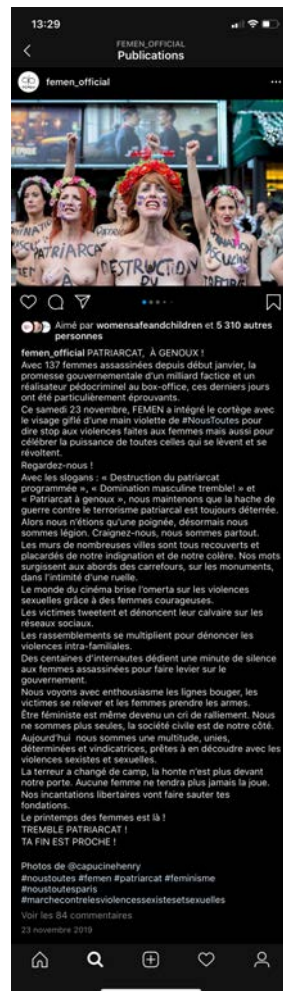
administratrice fait passer un message bienveillant à ses abonné.e.s. Finalement, elle se met à nu et s'expose potentiellement à des critiques de type grossophobe pour ouvrir les esprits et combattre au maximum les discriminations de poids. Juliette Katz s'expose à des risques (moqueries, discriminations, critiques, insultes, violences) en exposant son corps mais aussi son vécu. Elle se bat contre ces attaques personnelles et encourage malgré tout ses abonné.e.s à vivre pour soi. Finalement, elle invite les personnes à aimer leur propre corps dans leur propre regard et non dans celui des autres.

Le compte Instagram coucoulesgirls trouve finalement sa philosophie dans la définition du *care* de Carol Gilligan (1982) puisque Juliette Katz prend soin de ses abonné.e.s et déploie des efforts pour répondre à leurs besoins (Garrau et Le Goff, 2010). Juliette prend donc soin [*care*] de personnes en situation de vulnérabilité, sujettes à la discrimination physique.

4.3.4. *femen_official*

Le compte Instagram des Femen permet à ce collectif international de publier toutes les actions militantes dernièrement réalisées. Le collectif se bat notamment contre les violences sexistes et sexuelles faites aux femmes. La perspective du *care* se retrouvera donc sous une forme différente que sur les comptes précédents puisqu'il s'agit principalement de photographies des membres du collectif.

4.3.4. Captures d'écran, publications des 23 et 9 novembre 2019



Sur la publication de gauche, on retrouve une photographie avec certaines membres du collectif, seins nus mais avec des annotations noires sur leurs bustes. Ces femmes sont postées devant un cinéma et plus précisément devant l'affiche du film « J'accuse », réalisé par Roman Polanski (2019). Cette action militante visait directement le réalisateur, accusé de viol sur mineure peu avant la sortie de son film. Les Femen se battaient donc ici pour que « le monde du cinéma brise l'omerta sur les violences sexuelles ».

Cette publication est directement liée à la perspective du *care* définie par Bourgault et Perreault (2019) puisque cette action visait non seulement à déconstruire les injustices de genre mais aussi à déconstruire une vision des femmes plus politique reliée à la culture du viol. Les Femen tentent également de dénoncer la domination masculine pré-existante dans le domaine du cinéma, où il existe encore trop peu de femmes réalisatrices et où les hommes exercent un pouvoir important sur les femmes. Leur publication est donc un appel à la conscientisation des esprits pour combattre cet enjeu politique.

Sur la publication de droite, on voit également des membres Femen en pleine action militante, toujours seins nus et annotés de slogans en noir. Cette action s'est déroulée en Allemagne et concerne les maisons close. Le collectif Femen est contre cette forme d'oppression puisqu'elle est, selon elles, « basée sur le sexe ». Les Femen tente partout d'abolir les oppressions de sexe et la domination masculine, aussi appelée patriarcat. Cette publication rejoint alors la même définition du *care* que la publication analysée précédemment mais inclue également des dimensions du *care* décrites par Gilligan (1982) puisque les Femen militent pour abolir les injustices de genre et cherchent à conscientiser les esprits sur des problématiques politiques telles que la culture du viol et la nécessité d'une population mobilisée et unie sur ces questions tout en pratiquant de forme de soin des autres et d'aide aux plus vulnérables. Elles se battent pour garantir la sécurité des femmes, ce qui se rapprocherait également de la définition donnée par Gilligan (1982) avec une « éthique fondée sur la préoccupation [*care*] d'autrui » (Gilligan, 1982, p. 53).

4.3.5. les_glorieuses

Le compte Instagram les_glorieuses publie toute sorte d'illustrations, de textes, de mèmes. Rebecca Amsellem, administratrice de ce compte, fait passer ses opinions féministes à travers ses publications, le plus souvent sous un ton sarcastique. Ma première lutte féministe est bien celle des inégalités salariales entre hommes et femmes. C'est donc à travers cette lutte que nous analyserons la perspective du *care* de ce compte.

4.3.5. Captures d'écran, publications des 5 et 7 novembre 2019



Ces deux publications font référence aux inégalités de genre mais surtout aux inégalités salariales entre les hommes et les femmes, constatées en France. La publication de gauche illustre la colère des femmes quant à leur place dans la société française. Ces publications permettent également de dénoncer des faits sociétaux (l'inégalité salariale ici) et de relayer des informations pour mobiliser les internautes vis-à-vis de ce mouvement. Rebecca explique alors que, selon des calculs, le 5 novembre 2019 représentait la date de l'année à partir de laquelle les femmes françaises n'étaient plus payées. Et, sur la publication de droite, Rebecca a repris la devise de la France (Liberté, Égalité, Fraternité) mais l'a transformé en Liberté, Égalité, Sororité, désignant un appel aux femmes pour qu'elles continuent de lutter pour leurs droits.

Les deux publications du compte *les_glorieuses* rejoignent donc la définition du *care* selon Bourgault et Perreault (2019). En effet, puisque les deux auteures ont affirmé que l'éthique du *care* visait à « transformer les conceptions sociales dominantes » (p. 11) mais elle remet également en question la libéralisation de la société. Le *care* est directement relié à des enjeux politiques et économiques puisque cette perspective se bat contre la vulnérabilité des femmes et démontre une mobilisation collective, une solidarité généralisée. Le compte *les_glorieuses* applique ces aspects du *care* et les illustre à travers ses publications.

4.3.6. the_s.i.m.o.n.e.s

Le compte Instagram *the_s.i.m.o.n.e.s* englobe lui aussi un ensemble de luttes féministes comme le body positivisme, les violences sexistes et sexuelles ou encore la solidarité féminine sous forme de mèmes, de photographies, de slogans colorés. Mais Constance et Alix, les deux administratrices de ce compte, prônent avant tout l'égalité

des sexes. En effet, toutes leurs publications Instagram sont basées sur ce thème de lutte visant à déconstruire les inégalités entre les sexes et les genres.

4.3.6. Captures d'écran, publications des 4 novembre et 9 décembre 2019



La publication de gauche est une caricature de la charge mentale que peuvent ressentir les femmes-mères, notamment les femmes ayant une certaine responsabilité professionnelle et/ou du pouvoir car pour la société, elles restent des femmes ayant un devoir maternel. Le compte Instagram the_s.i.m.o.n.e.s utilise donc l'humour pour illustrer ce qu'est la charge mentale des femmes et comment la société associe automatiquement les femmes aux besoins de l'enfant à travers le sentimentalisme et le différentialisme. La définition du *care* de Bourgault et Perreault (2019) rejette cette forme de soin de l'autre presque obligatoire à travers la maternité. Elles expliquent ainsi que « la figure du *care* dépasse [...] celle de la mère aimante » (2019, p. 12) pour briser ces préjugés basés sur la différence.

La publication de droite aborde également le principe d'égalité des sexes et le confronte à ceux.celles (« eux ») pour qui les femmes et les hommes ne peuvent pas être égaux puisqu'ils sont biologiquement différents. Le compte the_s.i.m.o.n.e.s n'est pas en accord avec cette théorie et rappelle en description que l'égalité des sexes désigne « l'égalité des droits, des chances et des opportunités », non pas dans le sens d'un même sexe pour tou.t.e.s. Les administratrices de ce compte dénoncent alors à travers cette image la discrimination des sexes et abordent à travers leur description un ensemble d'objectifs en lien avec le principe d'égalité des sexes comme l'égalité des droits, des situations sociales ou encore des salaires égaux. Ainsi, cette seconde publication s'aligne, tout comme la première, dans une conception du *care* qui vise à appeler à l'empuissance des femmes pour un bouleversement des inégalités de traitement et pour une justice plus égalitaire. Le *care* réside ici dans le combat d'une société plus égalitariste ne plaçant plus les femmes comme des êtres vulnérables et dépendants.

Dans ce quatrième chapitre, nous avons pu constater différentes formes de *care*, aussi bien textuelles que visuelles, grâce aux analyses de comptes Instagram féministes. Après avoir défini théoriquement ce qu'était la perspective du *care* en 1982 puis évoqué son évolution à travers le temps grâce à son intégration dans les études féministes, nous avons pu analyser les six comptes en fonction de deux définitions théoriques précises et constater la pratique du *care* sur un espace numérique.

Notre première analyse d'ordre textuel a ainsi permis de dégager les termes importants pouvant être reliés à l'une des deux définitions du *care*. Nous comptabilisons ainsi deux comptes Instagram reliés à la définition du *care* selon Carol Gilligan (1982) : cecile.dormeau et coucoulesgirls ; avec comme thèmes de *care* principaux le body positivisme, les émotions, la confiance en soi. Les quatre autres comptes (clitrevolution, femen_official, les_glorieuses et the_s.i.m.o.n.e.s) abordent des thèmes davantage reliés à la définition du *care* des auteures Bourgault et Perreault (2019) comme les enjeux politiques liés à un ensemble de discriminations, l'importance des dimensions personnelles et privées, la culture du viol comme une problématique systémique.

Notre seconde analyse se basant davantage sur les contenus nous aura permis de constater comment les publications visuelles des comptes pratiquaient l'une ou l'autre définition théorique. Il en ressort que les mêmes comptes respectivement associés à la définition de Gilligan (1982) ou à celle de Bourgault et Perreault (2019) dans l'analyse textuelle, y sont également associés dans cette seconde analyse.

A présent, dans notre cinquième et dernier chapitre, nous allons désormais pouvoir discuter des résultats obtenus et les comparer avec le codage précédemment effectué sur le logiciel NVivo.

ANALYSE ET DISCUSSION DES RÉSULTATS

Le précédent chapitre nous aura permis d'analyser les différentes formes de *care* présentes à travers six comptes Instagram féministes. Ce présent chapitre sera donc consacré à la discussion des résultats obtenus ainsi qu'à la comparaison de ceux-là avec le codage des publications que nous avons réalisé préalablement grâce au logiciel NVivo. L'objectif de ce chapitre sera également de prolonger nos analyses et de cerner l'*empowerment* qui découle de la perspective du *care* sur les comptes Instagram étudiés. Pour cela, nous nous pencherons sur certaines publications et commentaires d'abonné.e.s provenant des six comptes analysés. Ces quelques analyses supplémentaires nous permettront ainsi de présenter les conséquences du *care* et d'émettre des hypothèses quant à l'*empowerment* féministe numérique.

Ce chapitre sera donc divisé en deux parties avec premièrement une présentation des principaux constats déduits de nos analyses textuelle et de contenus. Deuxièmement, nous aborderons la relation entre le *care* et les formes d'*empowerment*.

5.1. Discussion des résultats obtenus

5.1.1. Principaux constats

Grâce aux exemples cités et analysés dans notre chapitre quatre, nous sommes désormais capables de dégager deux constats principaux quant à la présence du *care* dans les mouvements féministes sur Instagram.

Premièrement, nous constatons que la perspective du *care* est présente à travers chaque compte Instagram mais sous différentes formes, plus précisément sous une définition théorique différente et/ou une pratique différente, propre à chaque compte. En effet, les administratrices des comptes ont des approches différentes du *care* et l'emploient à leur manière. Par exemple, nous avons constaté que les comptes *cecile.dormeau* et *coucoulesgirls* utilisaient davantage des thèmes du *care* défini par Carol Gilligan (1982) dans lesquels les thèmes du body positivisme, de l'expression des émotions et de l'affirmation de soi sont les plus récurrents. Nous pouvons donc en déduire un premier point important : l'éthique du *care* selon C. Gilligan trouve encore sa place dans les mouvements féministes et n'a pas été remplacé par un *care* plus politique relié à l'engagement et au militantisme. Sur d'autres comptes comme *clitrevolution* et *femen_official*, la définition du *care* des auteures Bourgault et Perreault (2019) correspondait davantage même si sur certaines publications on pouvait également retrouver certains éléments reliés autant au *care* de Bourgault et Perreault (2019) qu'à celui de Gilligan (1982). Pour les administratrices de ces deux comptes, l'éthique du *care* est représentée comme une nécessité d'engagement et un gage de solidarité à travers lequel elles exprimaient l'importance de « sauver les nôtres » et de s'entraider. Leurs actions tendent donc vers la conscientisation et l'appel à la solidarité, en potentielle complémentarité donc avec le *care* de Gilligan

qui affiche un aspect bienveillant davantage lié aux ressentis des femmes et à l'affirmation de leur identité, de leurs idées. Les deux derniers comptes, les_glorieuses et the_s.i.m.o.n.e.s , représentent également cette forme de solidarité, ou « sororité » dans le langage féministe, qui se trouve être un aspect presque essentiel pour ces comptes puisqu'il permet l'*empowerment* des femmes et le développement des mouvements féministes. Il s'avère donc que ces quatre comptes Instagram sont reliés au *care* de Bourgault et Perreault (2019) et abordent des thèmes propres à la quatrième vague féministe tels que la lutte contre les discriminations, les violences sexistes et sexuelles, la solidarité féminine etc. Et c'est à travers cet ensemble de thèmes que ces administratrices apportent du *care* notamment dans la façon de les présenter, de les illustrer, de les expliquer. Elles présentent ces luttes féministes comme de réels enjeux politiques où les femmes sont encore traitées comme étant vulnérables et dépendantes. Elles s'engagent à présenter le personnel comme politique en traitant la charge mentale des femmes, la maternité, le corps et renouvellent ces luttes dans leur mode d'action en impliquant leurs corps (comme sur les comptes *femen_official* et *clitrevolution* par exemple) pour attirer les médias et ainsi faire parler d'elles.

Deuxièmement, nous constatons une certaine forme de communautarisme numérique sur notre corpus de comptes Instagram. En effet, les administratrices cherchent à créer un environnement sécuritaire (*safe space*³¹) pour leurs abonné.e.s afin de les mettre en confiance et leur donner envie de s'exprimer librement. Par exemple, certains de ces comptes abordent les violences sexistes et sexuelles sous forme de slogans, de photographies ou d'illustrations et relaient des informations importantes à ce sujet comme les ressources en cas de besoin, les manifestations organisées contre

³¹ Traduction anglaise, plus largement utilisée dans le langage féministe.

ces violences, la publication de témoignages ou encore la suppression des commentaires haineux. L'objectif des administratrices est donc de créer une relation de confiance avec leurs abonné.e.s. Cet environnement numérique sécuritaire crée alors une forme d'*empowerment* où les luttes féministes évoluent et trouvent de nouveaux.elles allié.e.s. Les nombreuses polémiques ayant submergé les médias socionumériques démontrent que cette forme de solidarité provient du numérique car il est plus facile d'y dénoncer des faits, d'y prôner des idées, de relayer des informations, de participer à des mouvements.

5.2. Comparaison avec le codage sur NVivo

Nous allons maintenant discuter des résultats obtenus dans le précédent chapitre et les comparer au codage effectué en amont sur le logiciel NVivo. Pour cela, nous reprendrons le tableau présenté dans notre troisième chapitre, intitulé « Tableau 3.5.1. Termes classés par appartenance aux définitions de Gilligan (1982) ou Bourgault et Perreault (2019) »³² et le comparerons aux résultats obtenus dans le précédent chapitre.

Sur ce tableau, nous remarquons tout d'abord que les thèmes appartenant à la définition du *care* selon Bourgault et Perreault (2019) sont moins nombreux que ceux relevant de la définition de Gilligan (1982). En effet, nous comptabilisons 7 catégories relevant de la définition du *care* selon Gilligan (1982) et 4 catégories pour celle de Bourgault et Perreault (2019). Nous avons ensuite comptabilisé le nombre de références codées dans chacune des deux parties pour constater quelle définition s'avérerait être la plus présente dans l'ensemble des publications analysées. Nous avons

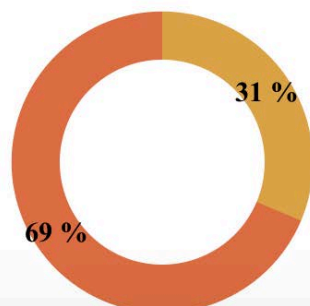
³² Voir Tableau 3.5.1. Termes classés par appartenance aux définitions de Gilligan (1982) ou Bourgault et Perreault (2019), p. 60.

donc comptabilisé 151 références appartenant à la définition de Gilligan (1982) et 331 codes dans la partie dédiée à la définition des auteures Bourgault et Perreault (2019). Pour représenter plus clairement ces nombres, nous avons créé un graphique présentant les pourcentages de références codées dans chacune des deux parties.

Tableau et graphique 5.2. Catégories classées par appartenance aux définitions de Gilligan (1982) ou Bourgault et Perreault (2019)

Comptes Instagram	cecile.dorneau	clitrevolution	coucouplesgirls	femen_official	les_glorieuses	the.simones	Total
Nombre total d'images	23	46	29	62	61	261	482
Définition de C. Gilligan (1982)							
body positivisme	5	5	16	0	2	17	45
écouter les autres	0	0	0	0	11	0	11
émotions négatives	10	2	0	0	1	2	15
pression sociale	1	0	1	0	0	10	12
self love	4	0	9	0	2	33	48
sex positivisme	0	6	0	0	0	1	7
soin de soi	0	0	0	0	4	9	13
Total							151
Définition de S. Bourgault et J. Perreault (2019)							
charge mentale	1	0	0	0	1	18	20
solidarité et sororité	0	13	1	1	17	21	53
sécurité (lutte contre la discrimination et les violences sexuelles)	0	9	1	85	30	80	205
conscientisation (affaires judiciaires + sexisme et violence)	0	8	1	31	7	6	53
Total							331
Total codes/compte	21	43	29	117	75	197	482

- Pourcentage de codes appartenant à la définition du care de C. Gilligan (1982)
- Pourcentage de codes appartenant à la définition du care de S. Bourgault et J. Perreault (2019)



Ainsi, grâce à ce tableau plus concis et ce graphique, nous pouvons relever que le nombre total de références codées dans la partie dédiée à la définition du *care* de Bourgault et Perreault (2019) est bien plus élevé que les références codées dans la partie dédiée à la définition de Gilligan (1982). En effet, 31% des publications ont été codées dans des catégories appartenant à la définition du *care* de Gilligan (1982) contre 69% pour la définition du *care* de Bourgault et Perreault (2019). Les comptes comptabilisant de nombreuses références dans la partie associée à la définition du *care* de Gilligan (1982) sont notamment cecile.dormeau, coucoulesgirls et nous pouvons également ajouter le compte the_s.i.m.o.n.e.s même si celui-ci comptabilise bien plus de références dans la partie associée à la définition de Bourgault et Perreault (2019). Ainsi, les comptes clitrevolution, femen_official, les_glorieuses et the_s.i.m.o.n.e.s, comme relevé lors des analyses textuelle et de contenus du chapitre précédent, sont des comptes Instagram féministes pratiquant davantage la perspective du *care* plus récente, redéfinie par Bourgault et Perreault, en 2019.

Grâce aux analyses réalisées sur l'échantillon de comptes Instagram sélectionnés, nous pouvons affirmer que la majorité de ceux-là usent d'une éthique du *care* plus actuelle que la définition donnée en 1982 par Carol Gilligan, davantage essentialiste et ciblée sur le sentimentalisme des femmes mais que celle-ci n'est pas pour autant effacée des mouvements féministes et qu'elle se trouve même être complémentaire aux idées théoriques provenant de la définition du *care* de Bourgault et Perreault (2019). En effet, les mouvements féministes de la quatrième vague usent d'une perspective du *care* davantage protectrice, bienveillante et émotionnelle pour créer une solidarité et un *empowerment* féministe au sein des groupes, conscientiser sur la vulnérabilité et la dépendance des femmes. Tous ces aspects du *care* permettent

finalement aux mouvements féministes de mener à bien un de leurs objectifs principaux à savoir transformer les injustices structurelles en de réels enjeux politiques.

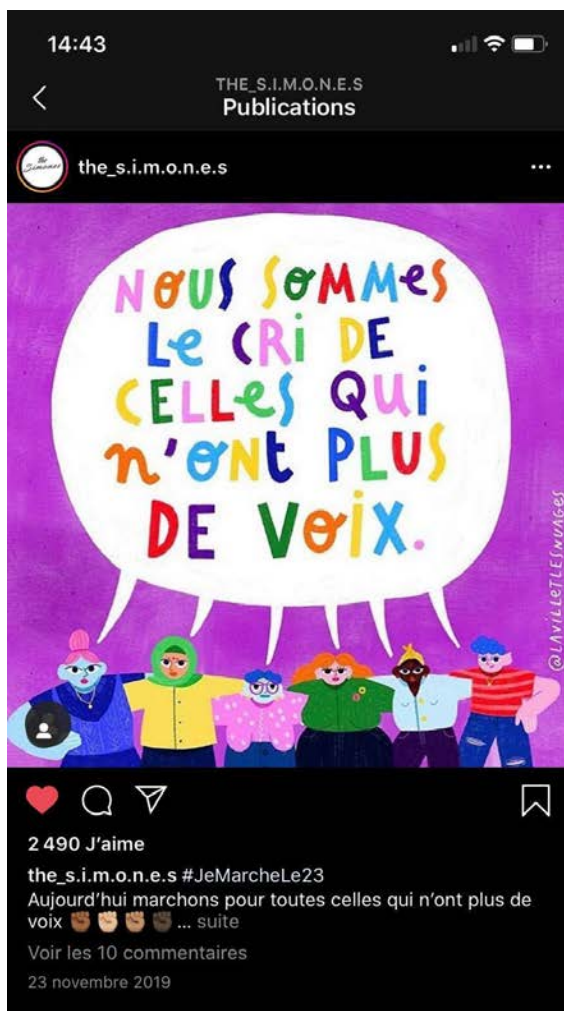
5.2. La relation entre la perspective du *care* et l'*empowerment*

Dans cette seconde sous-partie, nous allons mettre en évidence l'*empowerment* généré par la perspective du *care* sur ces comptes Instagram féministes. Brièvement abordé dans la précédente sous-partie, nous souhaitons davantage souligner les formes d'*empowerment* qui se dégagent de cette perspective du *care* et expliquer à quoi celles-ci servent dans les mouvements féministes numériques.

5.2.1. La création d'une communauté numérique

Nous avons précédemment expliqué que les administratrices des comptes Instagram étudiés privilégiaient une certaine sécurité et une relation de confiance avec leurs abonné.e.s. Cet environnement sécuritaire et cette relation communautaire sont créés grâce aux idéologies et à l'ouverture d'esprit ressentis à travers les publications Instagram. Nous allons ici prendre l'exemple de deux publications provenant du compte the_s.i.m.o.n.e.s, qui publie souvent des images de solidarité.

5.2.1. Captures d'écran, publications du 23 et 21 novembre 2019



Sur ces deux publications, les couleurs, les religions, les sexes sont mélangés et c'est ce qui donne la force des mouvements féministes de la quatrième vague, ils sont culturellement diversifiés et luttent contre plusieurs formes d'oppressions. Ces publications démontrent ce besoin de solidarité entre individus et découlent vers une

empuissance des mouvements féministes où l'objectif final n'est autre qu'abolir un ensemble de systèmes d'oppression. La représentation de cette diversité permet finalement aux abonné.e.s de se reconnaître dans ces publications et de se sentir légitimes de participer aux luttes féministes. Les abonné.e.s se sentent relater à cette communauté numérique, ils.elles en font partie intégrante, ils.elles peuvent commenter librement, exprimer leurs avis. Ils.elles se sentent en sécurité car les administratrices les protègent en contrôlant les commentaires, en supprimant ceux qui sont haineux etc. Grâce à cette enveloppe virtuelle qui met les abonné.e.s en confiance, une forme d'*empowerment* numérique se crée. On s'aperçoit alors que ces publications relient l'*empowerment*, l'intersectionnalité et le *care*.

Cette appartenance numérique se dévoile également dans les commentaires des abonné.e.s qui se livrent et s'expriment librement :

5.2.1. Captures d'écran, commentaires des publications du 23 et 21 novembre 2019



Sur ces captures d'écran, on y voit plusieurs commentaires d'abonné.e.s qui expriment leur appréciation quant aux publications du compte the_s.i.m.o.n.e.s. Sur les commentaires de la publication de gauche. L'abonné.e qui s'exprime sous le pseudonyme @lydayeyde parle d'une « meute qui se lève », de « reines » ou encore de « même ligne ». Tous ces termes sont propres au communautarisme et à la solidarité. Sur l'autre capture d'écran, on retrouve également les phrases « amitiés féminines, un lien de complicité tellement nourrissant » (@herbesfolles.skincare) et « Tellement d'amour » (@13fridamarla) qui démontrent l'affection que portent ces deux abonné.e.s à ce compte Instagram. Les abonné.e.s se lient au compte de leur choix et témoignent une forme d'appartenance au compte en question. Nous pouvons également relever que ces commentaires sont « likés », notamment les commentaires des comptes @lydayeyde et @ireneblanc qui ont 3 « likes ». Le nombre « 3 » ne semble pas très grand et il est pourtant significatif car ces « likes » désignent une boucle de soutien présente à chaque publication. Ces formes de solidarité numérique permettent alors la construction d'un groupe fort, lié par des idées communes.

La perspective du *care* devient alors une stratégie numérique importante pour les mouvements féministes en ligne puisque les abonné.e.s suivent les comptes qui leur plaisent, les partagent, leur donnent de l'importance, approuvent leurs idées et leur donnent une voix plus importante.

CONCLUSION

Tout comme la quatrième vague féministe, la perspective du *care* est un sujet de débat entre chercheur.e.s depuis plusieurs années. Balancée entre une vision essentialiste de la morale des femmes et une vision plus combative des injustices, nous nous demandions comment la perspective du *care* faisait désormais partie des luttes féministes de la quatrième vague et comment celle-ci était définie et pratiquée en ligne.

Grâce à une revue de littérature plutôt complète, nous avons pu définir ce qu'était la perspective du *care* dès sa première apparition, en 1982, dans les écrits de la psychologue Carol Gilligan. Puis, nous avons pu suivre l'évolution de ce terme à travers les vagues féministes, et avons mis en évidence sa transformation pour finalement comprendre ce que l'éthique du *care* représentait aujourd'hui, dans un contexte de quatrième vague féministe. Nous avons pu étudier l'ensemble des aspects du *care*, de sa première définition théorique à son intégration dans les luttes féministes du XXI^e siècle en passant par la transformation de ses enjeux et son utilisation actuelle à travers les médias socionumériques. Le *care*, défini en 1982, représentait les femmes comme agissant continuellement avec leur instinct maternel, et leur morale de « femme ». Le *care* de Bourgault et Perreault, (re)défini en 2019, n'est plus en accord avec cette définition essentialiste et sentimentaliste assujettissant les femmes à leur sexe. Cette perspective est devenue une conception politique ainsi qu'un véritable champs d'études féministes. Nous avons démontré, par l'explication de cette quatrième vague, que le *care* faisait aujourd'hui partie des mouvements

féministes numériques et qu'il avait réussi à se développer sur les médias socionumériques. En passant de la définition du *care* de Carol Gilligan (1982) à celle de Sophie Bourgault et Julie Perreault (2019) et en analysant un ensemble de comptes Instagram féministes, nous avons pu constater comment le *care* est devenu une éthique et une pratique, un enjeu féministe au coeur de la quatrième vague permettant de tisser une solidarité entre les femmes et plus largement entre différents individus tout en permettant de se protéger des discours haineux et de toutes les manifestations contre les revendications des femmes.

A partir de ces deux définitions théoriques, séparées par 37 années de recherches scientifiques, nous avons divisé les six comptes Instagram (cecile.dormeau, clitrevolution, coucoulesgirls, femen_official, les_glorieuses, the_s.i.m.o.n.e.s) préalablement sélectionnés pour ce mémoire et les avons classés par appartenance à l'une ou l'autre définition. Nos analyses ont alors démontré que seuls deux comptes Instagram (cecile.dormeau et coucoulesgirls) sur les six pratiquaient les formes spécifiques du *care* définies par Carol Gilligan en 1982, soit la définition la plus ancienne des deux.

La démarche et la stratégie de ces six comptes Instagram ont été scrupuleusement analysées et indiquent une éthique du *care* diversifiée, propre à chaque compte, mais présentant tout de même de nombreuses similitudes telles que le développement des formes d'engagement numérique, l'utilisation de slogans féministes ou encore la conscientisation par la publication d'actualités et de faits polémiques (marche NousToutes contre les violences sexistes et sexuelles, affaire Polanski, hausse des féminicides). Nous souhaitons insister sur le terme d'« éthique du *care* » et non pas de « pratique du *care* » car la pratique du *care* reste bien moins développée que la philosophie et la politique du *care*. Nous avons ainsi pu constater que le *care* pouvait

se présenter sous n'importe quelle forme, militante comme sur les comptes *femen_official* et *clitrevolution*, destinée au corps et au bien-être psychique comme sur les comptes *cecile.dormeau* et *coucoulesgirls* ou encore en lien avec les injustices de genre comme sur les comptes *les_glorieuses* et *the_s.i.m.o.n.e.s*.

Le corpus de recherche diversifié de ce mémoire démontre alors que, quelle que soit l'orientation ou l'identité du compte Instagram féministe, la perceptive du *care* est pratiquée à travers ces mouvements numériques. Mais ce mémoire démontre également que, malgré une définition plus récente de la perspective du *care*, la vision essentialiste et responsabilisante des femmes expliquée en 1982 persiste encore dans les mouvements féministes actuels. Cet aspect sentimentaliste reste encore attachée au sexe féminin et renvoie à de nombreux débats toujours d'actualité comme l'avortement, les injustices de genre, l'égalité, la différence de traitement entre les sexes etc. La pratique du *care* dans les mouvements féministes contemporains apporte une vision sociale et politique à ces thèmes de lutte en plaçant les femmes comme indépendantes, conscientes de la dévalorisation de leur voix dans l'espace social et politique, mobilisées pour transformer la culture patriarcale et pour soutenir les femmes dans une société sexiste.

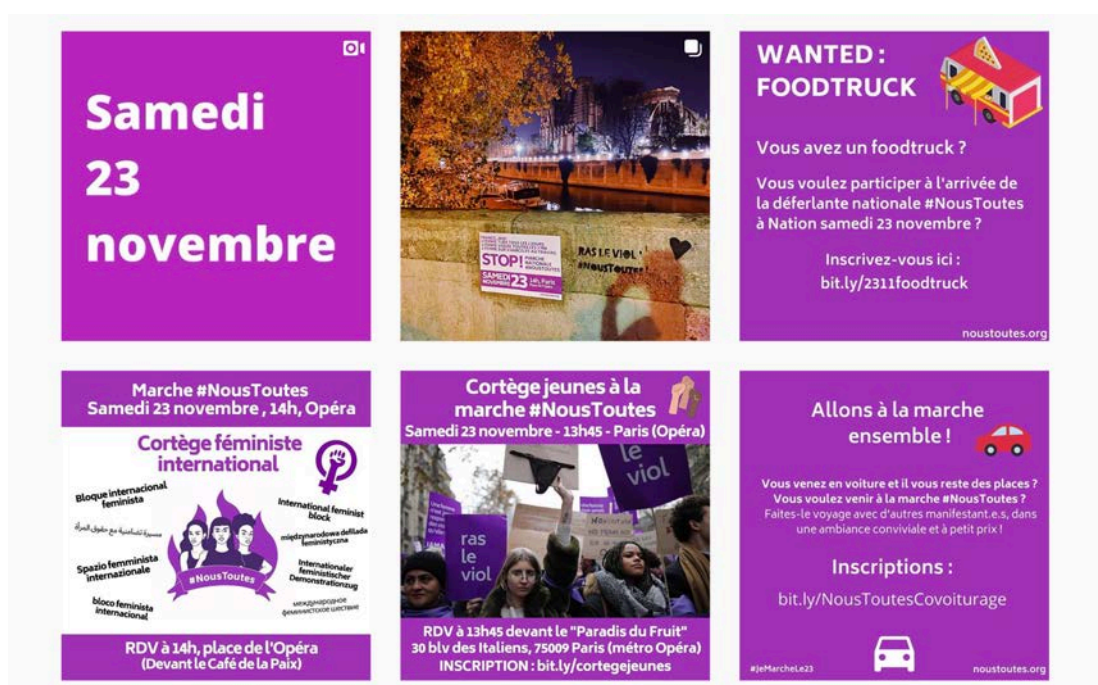
Ainsi, ce mémoire comporte des limites. Dans un premier temps, nous aurions pu traiter la question des vagues féministes de manière plus approfondie historiquement et contextuellement afin d'accompagner les lecteurs.trices vers une compréhension claire de ce que sont les mouvements féministes. Cette partie mériterait également un regard plus global, avec davantage d'échanges entre auteur.e.s mais comme il s'agit d'un mémoire, nous avons préféré sélectionner un minimum d'éléments explicatifs faute d'un nombre de pages limité.

Dans un second temps, il aurait été intéressant, dans la mesure d'une recherche plus approfondie, d'essayer de comprendre pourquoi cette ancienne définition de la perspective du *care* reste encore présente sur certains comptes Instagram féministes. Nous aurions alors pu interroger les administratrices des comptes Instagram féministes étudiés lors d'entretiens individuels semi-directifs. Dans le même sens, en réalisant des entrevues, nous aurions pu mobiliser plus d'outils d'analyse permettant de suivre les relations entre les administratrices de ces comptes Instagram et les mouvances hors ligne mais cela n'était pas possible pour ce mémoire qui a été réalisé durant la pandémie de la Covid-19.

Enfin, ce mémoire a brièvement abordé l'engagement numérique engendré par la perspective du *care* en ligne. Nous avons pu constater une certaine forme de solidarité féminine, aussi appelée « sororité », termes essentiels pour les comptes que nous avons étudié et qui traduisent un fort *empowerment*. Cette solidarité numérique désigne une volonté d'agir ensemble, en communauté et tout débute sur les médias socionumériques où les abonné.e.s aiment, partagent et commentent du contenu. Ce processus renforce la capacité d'action des comptes Instagram féministes et leur permet d'acquérir une plus grande visibilité. Nous pouvons alors nous questionner sur la valeur de cette solidarité numérique : reste-t-elle uniquement numérique ou engage-t-elle les membres au-delà de la virtualité des médias socionumériques ?

ANNEXE A

COMPTE INSTAGRAM “NOUSTOUTESORG”, LES SIX PUBLICATIONS DU 14
AU 15 NOVEMBRE 2019



ANNEXE B

COMPTE INSTAGRAM “NOUSTOUTESORG”, LES SIX PUBLICATIONS DU 15
AU 16 NOVEMBRE 2019



ANNEXE C

COMPTE INSTAGRAM “NOUSTOUTESORG”, LES SIX PUBLICATIONS DU 19
AU 20 NOVEMBRE 2019



BIBLIOGRAPHIE

1. Achin, C., Albenga, V., Andro, A., Delage, P., Ouardi, S., Rennes, J. et Zappi, S. (2019). Révoltes sexuelles après #MeToo, *La Découverte*, Mouvements.
2. Alami, S., Desjeux, D., et Garabua-Moussaoui, I. (2019). Les méthodes qualitatives, *Que sais-je ?*.
3. Albenga, V, et Dagorn, J. (2019). Après #METOO : réappropriation de la sororité et résistances pratiques d'étudiantes françaises, *La Découverte*, Mouvements, 2019/3 n°99, pages 75 à 84.
4. Bacqué, M.-H., et Biewener, C. (2013). L'empowerment, un nouveau vocabulaire pour parler de participation ?, *Idées économiques et sociales*, 2013/3 n°173, pages 25 à 32.
5. Bacqué, M.-H., et Biewener, C. (2015). L'empowerment, une pratique émancipatrice ?, *La Découverte*, Sciences Humaines et sociales.
6. Balslev, K., et Saada-Robert, M. (2002). Expliquer l'apprentissage situé de la littéracie : une démarche inductive/déductive, *Madelon Saada-Robert éd.*, Expliquer et comprendre en sciences de l'éducation, Louvain-la-Neuve, Belgique: De Boeck Supérieur, pages 89 à 110.
7. Balzacq, T. (2016). Théories de la sécurité. Chapitre 5 - Le féminisme. *Presses de Sciences Po*, pages 359 à 430.
8. Bard, C. (2014). « Mon corps est une arme », des Suffragettes aux Femen, *Gallimard*, Les Temps Modernes, 2013/2 n°678, pages 213 à 240.
9. Bertrand, D. (2018). L'essor du féminisme en ligne. *La Découverte*, Réseaux, 2018/2 n°208-209, pages 232 à 257.
10. Bilge, S. (2009). Théorisations féministes de l'intersectionnalité, *Diogène*, 2009/1, n°225, pages 70 à 88.

11. Blandin, C. (2017). Le web : de nouvelles pratiques militantes dans l’histoire du féminisme ?, *La Découverte*, Réseaux, 2007/1 n°201, pages 9 à 17.
12. Bourgault, S., et Perreault, J. (2019). Le care. Éthique féministe actuelle, *les éditions remue-ménage*.
13. Bourgeois, I. (2015). *L’approche juridique au profit des identités numériques: La défense des droits des femmes sur le Web*, Bonenfant M. & Perraton C. (Eds.), Identité et multiplicité en ligne, Presses de l’Université du Québec, pages 143 à 158.
14. Brugère, F. (2011). L’éthique du « care », *Que sais-je ?*, Presses Universitaires de France.
15. Butler, J. (1990). Trouble dans le genre (trad. Cynthia Kraus), *Routledge*.
16. Butler, J. (1997). The psychic life of power. Theories in subjection, *Stanford University Press*, Stanford, Trad. française: 2002, La Vie psychique du pouvoir, L’assujettissement en théories, *Editions Léo Scheer*, Paris.
17. Butler, J. (2003). « Les femmes » en tant que sujet du féminisme. *Presses de Sciences Po*, Raisons politiques, 2003/4 n° 12, pages 85 à 97.
18. Calvès, A.-E. (2014). 17. L’empowerment des femmes dans les politiques de développement : histoire d’une institutionnalisation controversée, *La Découverte*, Regards croisés sur l’économie, 2014/2 n°15, pages 306 à 321.
19. Cardon, D. (2010). Les réseaux sociaux en ligne et l’espace public. *L’Observatoire*, 37, pages 74 à 78
20. Cardon, D. et Granjon, F. (2013). Médiactivistes, *Contester*, Presses de Sciences Po.
21. Centre for Women, Peace and Security, Tackling Violence Against Women, https://lsedesignunit.com/VAW_timeline/, consulté le 11 septembre 2021.
22. Charpenel, M. (2014). « Le privé est politique ! » Sociologie des mémoires féministes en France. Vol. 1. Thèse de doctorat en science politique.
23. Charron, H., et Auclair, I. (2016). Démarches méthodologies et perspectives féministes, *Recherches féministes*, Vol. 29, n°1, pages 1 à 18.

24. Chazalon, E. (2019). Femmes et féminisme(s) en représentation(s), *Revue française d'études américaines*, 2019/1, n°158, pages 3 à 12.
25. Chittal, N. (2015). How social media is changing the feminist movement, *MSNBC*, http://www.msnbc.com/msnbc/how-social-media-changing-the-feminist-movement#xd_co_f=ZTlmMmY5ZjAtZjJlZi00YmE3LWE2NGQtY2EzMjk1ZTA0ZjVi~, consulté le 10 juillet 2020.
26. Cochrane, K. (2013). All the Rebel Women: The rise of the fourth wave of feminism, *Guardianshots*.
27. Dagenais, H. (1996). Science, conscience et action. 25 ans de recherche féministe au Québec. Montréal, *Les Éditions du Remue-ménage*.
28. Delorme, W. (2019). Insurrections sexuelles... Dix ans après, *La Découverte*, Mouvements, 2019/3, n°99, pages 121 à 130.
29. Delphy, C. (2013). L'ennemi principal. Economie politique du patriarcat (Tome1), *Syllepse*, Nouvelles Questions Féministes.
30. Descarries, F. (1990). Théories féministes : essai de typologie, dans Francine Descarries, Diane Telmosse et Nicole Tremblay, dir., Questionnements et pratiques de recherches féministes, Montréal, *Les Presses de l'Université du Québec*, pages 85 à 91.
31. Garrau, M., et Le Goff, A. (2010). Les représentations sociales de la dépendance. Dans : , M. Garrau & A. Le Goff (Dir), Care, justice et dépendance: Introduction aux théories du care, Paris cedex 14, France: *Presses Universitaires de France*.
32. Gilligan, C. (2019). Une voix différente. La morale a-t-elle un sexe ?, Champs essais, *Flammarion*, ouvrage initialement paru sous le titre : In a Different Voice. Psychological Theory and Women's Development (1982), *Harvard University Press*.
33. Granjon, F. (2002). Les répertoires d'action télématiques du néo-militantisme, *La Découverte*, Le Mouvement Social, 2002/3 n°200, pages 11 à 32.

34. Guétat-Bernard, H., et Lapeyre, N. (2017). Les pratiques contemporaines de l'empowerment, *L'Harmattan*, Cahiers du Genre, 2017/2 n°63, pages 5 à 22.
35. Hébert, K. (1999). Une organisation maternaliste au Québec la Fédération nationale Saint-Jean-Baptiste et la bataille pour le vote des femmes. *Revue d'histoire de l'Amérique française*, 52(3), pages 315 à 344.
36. Heyme, Grossophobie : de la violence au body positive, <https://heyme.care/fr/blog/grossophobie-de-la-violence-au-body-positive>, consulté le 20 août 2020.
37. Instagram - Statistics & Facts, *Statista*, URL : <https://www.statista.com/topics/1882/instagram/>, consulté le 30 novembre 2019.
38. Jacquemart, A. (2013). L'engagement féministe des hommes, entre contestation et reproduction du genre, *Cahier du genre*, 2013/2, n°55, pages 49 à 63.
39. Jenkins, H., Ito, M. et boyd, d. (2016). Culture participative, Les enfants du numérique, *Polity Press*.
40. Jouët, J. (2003). Technologies de communication et genre, *Lavoisier*, Réseaux, 2003/4 n°120, pages 53 à 86.
41. Jouët, J., et Le Carroff, C. (2013). Chapitre 7 - L'observation ethnographique en ligne, Manuel d'analyse du web en sciences humaines et sociales, pages 147 à 165.
42. Jouët J., Niemeyer K. et Pavard B. (2017). Faire des vagues. *La Découverte*, Réseaux, 2017/1 n°201, pages 21 à 57.
43. Krollokke, C., et Sorensen, A.S. (2006). Gender Communication Theories & Analyses : From Silence to Performance, *SAGE Publications*.
44. Laestadius, L. (2016). Instagram, in book: The SAGE Handbook of Social Research Methods, Chapter 34, *SAGE*.
45. Laestadius, L. (2017). Instagram. A. Quan-Haase et L. Sloan, The SAGE Handbook of Social Media Research Methods. [s.l.] : *Sage Publications*.

46. Lampron, E.-M. (2016). Pour une pédagogie féministe de l'enseignement des méthodologies (féministes), *Recherches féministes*, Vol. 29, n°1, pages 169 à 178.
47. Lebel, E., et Nadeau, C. (2000). Communications : nouvelles perspectives féministes de la culture et des pratiques, *Communications*, Vol. 13, n°2, pages 1 à 12.
48. Mazaurette, M. (2018). La culture du viol, un concept pour en finir avec notre fatalisme, *Le Monde*, https://www.lemonde.fr/m-perso/article/2018/03/18/la-culture-du-viol-un-concept-pour-en-finir-avec-notre-fatalisme_5272709_4497916.html, consulté le 12 janvier 2021.
49. Ministère de l'Intérieur. (2020). Étude nationale relative aux morts violentes au sein du couple en 2019, <https://www.interieur.gouv.fr/Actualites/Communiqués/Etude-nationale-relative-aux-morts-violentes-au-sein-du-couple-en-20192>, consulté le 17 août 2020.
50. Molinier, P. (2010). Au-delà de la féminité et du maternel, le travail du care, *L'Esprit du temps*, Champ psy, 2010/2 n°58, pages 161 à 174.
51. Munro, E. (2013). Feminism: A fourth wave ?, *Political Studies Association*, <https://www.psa.ac.uk/psa/news/feminism-fourth-wave>, consulté le 10 juillet 2020.
52. Paperman, P. (2010). Éthique du care, un changement de regard sur la vulnérabilité, *Fond. Nationale de Gérontologie*, Gérontologie et société, 2010/2 vol. 33 / n° 133, pages 51 à 61.
53. Paquette, B. (2018). La déferlante #MoiAussi, *M éditeur*, Mouvements.
54. Pavard, B. (2018). Faire naître et mourir les vagues : comment s'est écrit l'histoire des féminismes. *Itinéraires*, 2017-2/2018.
55. Peregrina, R. (2019). Instagram comme forme de médiation culturelle ? Étude de cas : la stratégie du musée des beaux-arts de Montréal, Mémoire de maîtrise en communication, *Université du Québec à Montréal*.
56. Poupeau, D. 2018. Les nouveaux médias féministes sur Internet. L'exemple de Cheek magazine, *École des hautes études en sciences de l'information et de la communication – Sorbonne Université*, HAL.

57. Renard, N. (2019). Combattre la culture du viol, *Politique*, <https://www.revuepolitique.be/combattre-la-culture-du-viol/>, consulté le 23 octobre 2020.
58. Riot-Sarcey, M. (2008). Histoire du féminisme, *La Découverte*, Repères.
59. Thébaud, F. (2014) 45. Le privé est politique. Féminismes des années 1970. Histoire des mouvements sociaux en France. *La Découverte*, pages 509 à 520.
60. Wajcman, J. (2007). From Women and technology to gendered technoscience. Journal information, *Communication and Society*, Vol. 10, pages 287 à 298.
61. Weil, A. (2017). Vers un militantisme virtuel ? Pratiques et engagement féministe sur Internet. *Editions Antipodes*, Nouvelles Questions Féministes, 2017/2 Vol. 36, pages 66 à 84.