



**HAL**  
open science

# Les mobilisations socio-numériques : de l'espace public numérique à la scène publique numérique, création de nouvelles sociabilités : le cas du #lundi14septembre sur TikTok

Selena Tognacci

► **To cite this version:**

Selena Tognacci. Les mobilisations socio-numériques : de l'espace public numérique à la scène publique numérique, création de nouvelles sociabilités : le cas du #lundi14septembre sur TikTok. Sciences de l'information et de la communication. Université Bourgogne Franche-Comté, 2024. Français. NNT : 2024UBFCH015 . tel-04770262

**HAL Id: tel-04770262**

**<https://theses.hal.science/tel-04770262v1>**

Submitted on 6 Nov 2024

**HAL** is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.



**THESE DE DOCTORAT DE L'ETABLISSEMENT UNIVERSITE BOURGOGNE FRANCHE-COMTE  
PREPAREE A L'UNIVERSITE DE BOURGOGNE FRANCHE COMTE**

Ecole doctorale LECLA (n°592)

Doctorat en Sciences de l'Information et de la Communication

Par

Mme TOGNACCI Selena

**Les mobilisations socio-numériques : de l'espace public numérique  
à la scène publique numérique, création de nouvelles sociabilités**  
*Le cas du #lundi14septembre sur TikTok*

Thèse présentée et soutenue à Dijon, le 18 octobre 2024

**Composition du Jury :**

CORROY Laurence	PU – Université de Lorraine – CREM	Présidente
GEORGES Fanny	MCF HDR – Université Sorbonne Nouvelle - IRMECCEN	Rapporteuse
LIENARD Fabien	PU – Université Le Havre Normandie - IDEES	Rapporteur
ALLARD Laurence	MCF – Université Lille 3 – IRCV	Examinatrice
BULLICH Vincent	PU – Université Lumière Lyon 2 – ELICO	Examineur
ROMEYER Hélène	PU – Université de Franche-Comté – CIMEOS	Co-Directrice
PEQUIGNOT Julien	MCF HDR – Université de Montpellier 3 – LERASS-CERIC	Co-Directeur

**Titre :** Les mobilisations socio-numériques : de l'espace public numérique à la scène publique numérique, création de nouvelles sociabilités. *Le cas du #lundi14septembre sur TikTok*

**Mots clés :** mobilisation socio-numérique, TikTok, espace public numérique, scène publique numérique

**Résumé :** Depuis 2017, le monde a vu un nouveau réseau social numérique venir s'ajouter à la liste de ceux déjà existant : TikTok. Outre un usage récréatif, la plateforme est devenue un outil transversal, servant la visibilité à la fois des entreprises, des groupes militants, des personnalités publiques et politiques mais également permettant à des communautés de se regrouper et d'échanger. Mobiliser un hashtag va permettre aux individus de se réunir et de se reconnaître. C'est là le point de départ de cette thèse car l'utilisation de hashtag permet à TikTok de référencer du contenu afin de construire sa base de données. L'objectif est donc de comprendre le fonctionnement d'une mobilisation socio-numérique par et pour le grand public à l'aide d'un hashtag.

L'étude s'axe sur une mobilisation lycéenne qui a eu lieu en France en 2020, le #lundi14septembre, lors de laquelle des filles ont réclamé le droit de se rendre au lycée vêtue d'un *crop top*.

Ayant constaté l'illusion d'un espace public numérique et d'une dimension militante, cette thèse démontrera que les caractéristiques des mobilisations socio-numériques donnent le sentiment d'une parole plus égale sans pour autant s'inscrire dans un réel processus démocratique. En comprenant les enjeux derrière une mobilisation sur TikTok, ce travail démontrera que les mobilisations socio-numériques sont symptomatique de notre société moderne vers des nouvelles caractéristiques où l'individu prend le pas sur le collectif et la cause sociale devient secondaire à des recherches de visibilité, d'émancipation et de reconnaissance

**Title :** Socio-digital mobilizations: from digital public space to digital public stage, creating new sociabilities. *The case of #lundi14septembre on TikTok*

**Keywords :** digital social mobilization, TikTok, digital public space, digital public stage

**Abstract :** Since 2017, the world has seen a new digital social network added to the list of existing ones: TikTok. In addition to recreational use, the platform has become a cross-disciplinary tool, serving the visibility of businesses, activist groups, public figures and politicians alike, but also enabling communities to come together and exchange. Mobilizing a hashtag allows individuals to come together and recognize each other. This is the starting point of this thesis, as the use of hashtags enables TikTok to reference content in order to build up its database. The aim is therefore to understand how socio-numerical mobilization by and for the general public works using a hashtag.

The study focuses on a high school mobilization that took place in France in 2020, #lundi14septembre, during which girls demanded the right to go to school wearing crop tops.

Having noted the illusion of a digital public space and a militant dimension, this thesis will demonstrate that the characteristics of socio-numerical mobilizations give the feeling of a more equal voice without actually being part of a real democratic process. By understanding the stakes behind a mobilization on TikTok, this work will demonstrate that socio-numerical mobilizations are symptomatic of our modern society's move towards new characteristics where the individual takes precedence over the collective, and the social cause becomes secondary to the search for visibility, emancipation and recognition.

## Remerciements

Je tiens, tout d'abord, à exprimer ma fierté d'avoir pu mener à bien ce doctorat, qui fut un parcours long et complexe, accompagné de nombreux questionnements. C'est un véritable chapitre dans la transition entre ma vie étudiante et ma vie d'adulte. J'ai commencé ce travail encore un pied dans l'adolescence et je le termine en tant que femme.

Mes premiers remerciements vont à ma directrice et à mon directeur de thèse, Mme Hélène Romeyer et M. Julien Péquignot, pour leurs accompagnements durant ces cinq années, me permettant de mûrir, de prendre confiance et de me sentir enfin légitime dans mon travail. Je vous remercie tous les deux pour votre temps, votre disponibilité et vos précieux conseils qui m'ont guidé jusqu'à la fin de la rédaction de cette thèse.

Je remercie également Clara et Marion, pour leurs encouragements, mais surtout pour le temps qu'elles ont passé à relire mes écrits.

Je remercie ma maman, Marie-Christine, pour la foi inébranlable qu'elle porte en mes capacités, et mon papa, Sylvain.

Je remercie mes proches, famille et amis, particulièrement ma marraine Zabeth, la première à voir cette thèse finie, et mon parrain David, mais aussi tous les autres pour le soutien et les bons moments du quotidien.

Je remercie Julie qui, étant déjà passée par là, m'a apporté de nombreux conseils, surtout dans la dernière ligne droite qu'est la rédaction.

A Agathe, pour être là, tout simplement, et me soutenir depuis un bon petit nombre d'années maintenant.

A Goupix, pour le réconfort qu'elle m'apporte sans qu'elle ne le sache jamais.

Enfin, mes derniers remerciements vont à Mickaël, présent depuis le début, et qui a connu les moments hauts et bas tout au cours de cette longue aventure que fut cette thèse. Merci de m'avoir soutenue et encouragée jusqu'à la fin. Pas besoin d'en dire plus, tu connais le reste.



## Préambule

Consciente que les pratiques sont emplies de sens social (Abbou, 2021) et aux vues des thématiques abordées, il était évident que, lors de la rédaction de cette thèse, la question de l'usage d'écriture inclusive s'est posée. Pour autant, dès lors que cela était possible, nous avons privilégié les épécènes et les formules englobantes. De plus, même si l'objet d'étude de ce travail étant né à l'initiative de lycéennes et portant en premier lieu sur une problématique liée au corps des femmes, nous avons appliqué l'accord de majorité. Bien qu'il y ait des garçons au sein de notre corpus, la très grande majorité étant féminine, nous mobiliserons le terme de « lycéennes » tout en gardant à l'esprit l'implication de certains lycéens en son sein.

Souhaitant enfin faciliter la lecture de cet écrit composé de neuf chapitres repartis en trois parties, nous n'avons pas eu recours au point médian ni à la double flexion.

Nous vous souhaitons une agréable lecture.

# Sommaire

Introduction Générale .....	1
<b>PREMIERE PARTIE Des nouvelles arènes de mobilisation .....</b>	<b>12</b>
Introduction Partie 1 .....	13
Chapitre 1 L'évolution de l'espace public.....	15
1.1 Aux origines de l'espace public, entre aliénation et raison .....	15
1.2 Les nuances des nouveaux espaces publics, du numérique au semi-public .....	21
1.3 Présentation du cas d'étude, TikTok .....	33
Chapitre 2 Le processus de publicisation d'une revendication sociale .....	40
2.1 Le mécanisme de publicisation, définition du problème public .....	40
2.2 Des relais de visibilité, l'accès à la publicisation .....	47
2.3 La démocratisation des pratiques liées à l'influence, la fin d'une situation de parole idéale.....	55
Chapitre 3 Se mobiliser au XXIème siècle.....	68
3.1 Les mutations du militantisme.....	68
3.2 Se revendiquer en se réappropriant .....	77
3.3 L'imprégnation des thématiques sociales, le féminisme comme modèle .....	83
Conclusion Partie 1.....	91
<b>DEUXIEME PARTIE S'exposer sur une scène publique numérique.....</b>	<b>93</b>
Introduction Partie 2 .....	94
Chapitre 4 S'indigner pour se regrouper, une nouvelle forme de visibilité .....	96
4.1 Faire l'expérience de l'injustice .....	96
4.2 De l'individualisation à l'individuation, une rhétorique émancipatoire.....	103
4.3 Se regrouper en ligne, une catégorisation des motivations .....	115

Chapitre 5 S'exposer sur TikTok, se mettre en scène : nouvelles formes d'expertise..	125
5.1 Le besoin de visibilité pour exister.....	125
5.2 Laisser des traces .....	141
5.3 Acquérir une expertise de plateforme, les codes sociaux et techniques sur TikTok .....	152
Chapitre 6 La reproduction des groupes dominants .....	161
6.1 Produire du contenu standardisé pour TikTok .....	161
6.2 Des corps standardisés, effet de <i>backlash</i> entre hypersexualisation et promotion patriarcale .....	168
6.3 La perpétuation des dominants .....	179
Conclusion Partie 2.....	184
<b>TROISIEME PARTIE La création de nouveaux espaces de communication.....</b>	<b>186</b>
Introduction Partie 3 .....	187
Chapitre 7 La reconnaissance comme espace entre pairs.....	189
7.1 Vouloir être reconnu .....	189
7.2 Une reconnaissance déséquilibrée .....	197
7.3 Structuration de l'espace de communication.....	205
Chapitre 8 Réappropriation de collectifs ancestraux.....	213
8.1 Poursuivre une quête .....	213
8.2 Les dynamiques des nouvelles sororités.....	221
8.3 Un besoin d'appartenance dans un monde individualisé.....	228
Chapitre 9 Pour une compréhension de ces nouveaux espaces .....	237
9.1 La fin de la liberté d'expression ? .....	237
9.2 Rupture du débat, une polarisation idéologique .....	246
9.3 L'accélération constante de la société, quand tout devient éphémère.....	252
Conclusion Partie 3.....	258

Conclusion Générale.....	261
Table des figures.....	271
Bibliographie .....	275
Sitographie.....	286
Ressources .....	288
<b>Annexes.....</b>	<b>289</b>
Annexe 1 – Tableau vierge métadonnées vidéos .....	290
Annexe 2 – Classification Compte .....	291
Annexe 3 – Corpus de vidéos et corpus de commentaires .....	295
Annexe 4 – Guide d’entretien.....	296
Annexe 5 – Grille d’analyse vierge .....	299
Annexe 6 – Grille récapitulative des entretiens.....	300
Annexe 7 – Retranscriptions entretiens .....	301
Annexe 8 – Grille analyse filmique .....	357
Annexe 9 – Classification commentaires .....	358
Annexe 10 – Corpus médiatique .....	360

## Introduction Générale

S'installant et se développant dans nos sociétés, le numérique a provoqué de grands changements, une véritable rupture « *dans la manière dont nos sociétés produisent, partagent et utilisent les connaissances* » (Cardon, 2019 : 5). La notion d'espace public (Habermas, 1962), déjà très débattue au sein des Sciences de l'Information et de la Communication (SIC), mérite d'être questionnée à nouveau *via* le prisme de l'existence d'un potentiel espace public numérique. De fait, la numérisation de la société a entraîné un élargissement de l'espace public suivant deux axes (Cardon, 2010). D'une part, cela a permis d'accroître le nombre de personnes ayant la possibilité de prendre la parole et, d'autre part, cela a également modifié la façon de prendre la parole en public. En effet, sur les réseaux sociaux numériques (RSN), l'internaute devient un agent hybride, en étant à la fois à l'origine de l'échange mais aussi acteur de l'information. En échangeant sur les RSN ou, tout du moins, en ayant la possibilité de participer, l'agent s'inscrit dans une dynamique participative (Péquignot, 2018). Ces mécanismes apparaissent alors comme des occasions privilégiées de pouvoir se regrouper et remettre en question le monde social, donnant à voir des mouvements sociaux qui sont des actions collectives orientées « *par un souci du bien public à promouvoir ou d'un mal public à écarter, et qui donne des adversaires à combattre, en vue de rendre possible des processus de participation, de redistribution ou de reconnaissance* » (Cefaï, 2007 : 15).

Depuis quelques années, des mobilisations socio-numériques fleurissent un peu partout sur internet venant questionner le monde tel qu'il est, que ce soit avec les Printemps Arabes, entre 2010 et 2012, réclamant des réformes politiques, économiques et sociales ou encore avec la libération de la parole des femmes, quant aux violences sexuelles et sexistes, venant bousculer le système qualifié de patriarcal. Pour pouvoir se regrouper en ligne, il existe différentes stratégies comme l'utilisation d'un hashtag qui fonctionne comme un drapeau. Il permet de s'identifier et se reconnaître comme faisant partie d'un tout ponctuellement. On pense notamment au mouvement #MeToo en 2017 qui a eu un retentissement mondial : les 140 caractères sur Twitter avaient alors suffi à faire naître un mouvement. C'est à l'un de ces regroupements en ligne, le #lundi14septembre lors duquel des adolescentes ont réclamé

le droit de se rendre au lycée vêtue d'un *crop top*<sup>1</sup>, que nous consacrons le présent travail : la mobilisation lycéenne s'est déroulée en 2020 sur Instagram, Tiktok et X (anciennement Twitter). Vouloir travailler sur un mécanisme de visibilité et un outil tel qu'un hashtag est une motivation scientifique qui peut se discuter. Toutefois, ce détour est pertinent car nous vivons dans une « *société du visible* » (Bouilloud, 2011 : 55). L'objectif d'étudier une mobilisation visible part du postulat que plus la visibilité est grande, plus la mobilisation peut servir d'exemple ou de référence que ce soit pour le monde de la recherche ou pour tout à chacun : on se rappelle de ce que l'on voit.

Même si les façons plus traditionnelles de militer perdurent, manifester et faire des collages par exemple, le numérique introduit avec lui tout un renouvellement du répertoire d'action mais aussi des individus, donnant à voir des mobilisations plurielles, tant dans les raisons de se mobiliser que dans les sujets qui s'y engagent. Les groupes militants font usage de ces outils, ils s'appuient aussi sur les publics profanes<sup>2</sup> afin de donner du poids à leurs revendications. Toutefois, tous les individus qui participent à ces mouvements n'ont pas nécessairement de conviction affirmée mais participent parfois par opportunisme, politique ou social. De plus, les outils mobilisés sont, pour la majorité, issus des GAFAM. La transition numérique a également réorganisé l'économie. Pour rappel, les GAFAM regroupent cinq entreprises dominant le marché mondial : Google, Apple, Facebook, Amazon et Microsoft. En 2023, ces entreprises ont pu ajouter plus de 3,9 trillions de dollars à la valeur de leurs actions, ayant désormais un poids de 908 milliards de dollar en Bourse. Les enjeux financiers derrière certains outils sont grands et peuvent venir produire un effet sur l'usage qui en est fait. Alors, comment appréhender ces mobilisations socio-numériques ? De quoi sont-elles révélatrices ? Comment penser un espace public numérique régit par des dispositifs mondiaux aux enjeux financiers ?

Le départ initial de notre réflexion a été d'interroger le processus de publicisation<sup>3</sup> des discours féministes à travers des mobilisations numériques de public profane, c'est-à-dire les conséquences de l'implication ponctuelles d'individus non-militants sur la visibilité de thématiques féministes. L'objet d'étude, avec sa thématique traitant du corps des femmes et

---

<sup>1</sup> Le mouvement est expliqué en détail après.

<sup>2</sup> Le terme « profane » est très débattu en SIC. Cependant, la notion n'étant pas centrale dans notre recherche, nous ne souhaitons pas entrer dans la discussion et nous mobilisons ce terme pour faire référence aux individus qui ne sont pas engagés dans le militantisme.

<sup>3</sup> Ce terme est défini au cours du chapitre 2 Le processus de publicisation d'une revendication sociale (p 40).

les relais de visibilité dont il a bénéficié, a laissé voir une dimension féministe au propos avant de révéler une mobilisation avec des caractéristiques particulières sur un RSN à jeune public et de forts effets de mise en scène de soi. L'objectif de ce travail doctoral est donc double. D'une part, il a pour vocation de reconstruire le sens que les individus assignent à leurs actions, que ce soit de façon consciente ou non, tout en prenant en compte leur capacité d'agir (Butler, 2006). Pour ce faire, nous allons investiguer le rôle et comprendre les enjeux, non pas uniquement de ce que les dispositifs numériques font aux individus, mais surtout de ce que les individus font des dispositifs numériques. D'autre part, nous tenterons de comprendre si ces mobilisations socio-numériques, sous couvert de promesses utopiques, permettent de remettre en cause le monde social et de le changer.

Depuis 2017, le monde a vu un nouveau RSN venir s'ajouter à la liste de ceux déjà existant : TikTok. Outre un usage récréatif, la plateforme est devenue un outil transversal, servant la visibilité à la fois des entreprises, des groupes militants, des personnalités publiques et politiques mais également permettant à des communautés de se regrouper et d'échanger. Mobiliser un hashtag va permettre aux individus de se réunir et de se reconnaître. C'est là le point de départ de la thèse défendue car l'utilisation de hashtag permet à TikTok de référencer du contenu afin de construire sa base de données. Nous souhaitons comprendre le fonctionnement d'une mobilisation socio-numérique par et pour le grand public à l'aide d'un hashtag.

Internet et les RSN portent avec eux de nombreux mythes sur la facilitation d'accès à la parole, nous incitant à aller questionner le type de lieu de parole qu'ils représentent. Afin de comprendre comment appréhender notre objet d'étude, nous avons d'abord mobilisé la notion d'espace public numérique (Cardon, 2019) et d'espace semi-public (Ertzcheid, 2013). Nous avons ensuite travaillé la situation comme celle d'une scène publique au sein d'une arène publique (Cefai, 2007) aux prises avec des thématiques de visibilité (Voirol, 2005) et de reconnaissance (Honneth, 1972).

Ce travail doctoral invite à penser les individus non pas en tant que bloc communautaire mais en termes de réseau. Pour ce faire, nous avons mis en place différentes méthodologies, expliquées dans les pages suivantes. Ayant constaté l'illusion d'un espace public numérique et d'une dimension militante, cette thèse démontrera que les caractéristiques des mobilisations socio-numériques donnent le sentiment d'une parole plus égale sans pour autant s'inscrire dans un réel processus démocratique. La présentation de notre travail de recherche permettra de comprendre les enjeux derrière une mobilisation socio-numérique

sur TikTok. L'étude précise du fonctionnement de TikTok et l'analyse non seulement des motivations des lycéennes mais aussi des pratiques qui sont les leurs dans cette mobilisation socio-numérique, permettent de déconstruire l'illusion d'un espace public numérique à dimension militante (Partie 1). Ensuite l'analyse des caractéristiques de cette mobilisation révèle des degrés d'exposition de soi et des motivations qui, si elles sont relativement éloignées de revendications militantes, nécessitent d'intégrer et d'accepter les codes de ces RSN. Cette expertise dans le maniement des codes des RSN amène paradoxalement les lycéennes à reproduire un certain nombre de normes, bien loin encore une fois d'un processus d'émancipation (Partie 2). Enfin, notre travail doctoral met en exergue la création d'un espace de communication (Odin, 2011), où le sens est produit sur le même axe de pertinence, exposant une nouvelle illustration de la structuration de la société telle que pensée par Bourdieu (Partie 3).

Afin de répondre à cette problématique, cette thèse se focalise donc sur le mouvement du #lundi14septembre, qui s'est déroulé en 2020. Pour mieux comprendre cette mobilisation, il est nécessaire de remonter quelques jours en arrière. Le jeudi 10 septembre 2020, des lycéennes scolarisées au lycée de Borda à Dax dans les Landes créent un compte Instagram (voir figure 1) pour protester contre leur établissement scolaire et des règles vestimentaires qu'elles jugent sexistes.



Figure 1 - Compte Instagram Borda Revolte

Pensant ne pas avoir droit à la parole dans leur lycée, elles la prennent sur internet et espèrent mobiliser davantage de personnes à leur cause. L'origine de ce mouvement est une affiche au sein de leur lycée : on y voit deux photos, une représentant le buste d'une femme (sans la



tête) portant un tee-shirt à manches longues laissant apercevoir le nombril et une autre où l'on voit le bas du corps d'une femme (à partir de la taille) vêtue d'une mini-jupe ainsi qu'un texte disant « Tenue correcte exigée ». L'affiche est partagée sur Instagram accompagnée d'une description (voir figure 2).



Figure 2 – Publication compte Instagram Borda Revolte

Face à cette affiche, plusieurs constats ont été faits par les lycéennes. En premier lieu, la tenue correcte demandée par l'établissement semble concerner uniquement les lycéennes de par l'utilisation de corps féminins uniquement, laissant penser que les lycéens ont eux la possibilité de venir habillés comme ils le souhaitent. « *Disant aux femmes de se couvrir, de ne pas porter des vêtements trop courts. [...] Alors que les hommes peuvent s'habiller comme ils veulent* », peut-on lire dans la description.

En second lieu, l'affiche rappelle qu'au XXI<sup>ème</sup> siècle, les vêtements des femmes sont encore régulièrement pointés du doigt et servent de justifications aux agressions qu'elles peuvent subir. En 2019, lors d'une enquête réalisée par l'institut IPSOS pour l'association Mémoire Traumatique et Victimologie, il est ressorti que pour 27 % de la population française, l'auteur d'un viol était moins responsable si la victime portait une tenue sexy (le chiffre est similaire à celui de la même étude réalisée en 2015) et pour 42 % le constat est identique si la victime a eu une attitude jugée provocante en public (40 % en 2015).

A travers cette affiche, les lycéennes se sentent également sexualisées « *Ils nous sexualisent alors que nous nous habillons seulement par la chaleur* » et objectifiées « *Ils préfèrent nous rappeler qu'une femme est un objet plutôt que de s'occuper des réels problèmes de cet établissement* ».

Pour accompagner ce compte Instagram, une pétition est également lancée pour le « Droit aux *crop tops* au lycée » (qui a recueilli 7 500 signatures).

La revendication prend de l'ampleur en se propageant sur X et TikTok. Cette rapide progression s'explique pour deux raisons : le fonctionnement même des RSN sur lequel un contenu peut devenir « viral » c'est-à-dire qu'il se propage rapidement et attire l'attention des internautes ; et le contexte favorable. En effet, en septembre 2020, les températures avoisinent encore les 30 degrés, les tenues sont donc encore estivales. De plus, quelques jours avant la création du compte, le mardi 8 septembre 2020, le musée d'Orsay interdit l'entrée à une jeune femme à cause de son décolleté jugé excessif. Celle-ci relaie son histoire sur les RSN qui se propage ensuite rapidement sur internet et dans les médias, obligeant le lendemain, le musée a présenté ses excuses. Le contexte semble alors favorable à l'embrasement d'un compte Instagram dénonçant ce qui est présenté comme une nouvelle manifestation de sexisme. Durant le weekend qui suit, le #lundi14septembre est lancé (repris également par le compte originel) avec un appel à se rendre au lycée le lundi 14 septembre habillé de façon considérée comme « provocante » pour certains établissements scolaires afin de protester contre les règles vestimentaires des établissements jugées sexistes. Il n'y a que peu de précisions, laissant libre-cours à l'interprétation du terme par les individus, même si le *crop top* revient régulièrement.

Malgré des lignes structurantes un peu floues, ce terrain correspond aux mobilisations socio-numériques que nous souhaitons étudiées. Reprenant la définition de Cefaï explicitée précédemment, nous sommes bien face à une action collective (des lycéennes un peu partout en France, et même parfois des lycéens), souhaitant promouvoir un intérêt général (l'accès à l'éducation), ainsi qu'écarter un « mal » public (la sexualisation des lycéennes). Le mouvement donne des adversaires à combattre (les établissements scolaires) afin de pouvoir être reconnu.

Le #lundi14septembre s'est déployé sur différents RSN. Afin d'interroger internet, multiple par essence, en tant que potentiel espace public numérique, il convient de délimiter en premier lieu un microenvironnement. Notre choix s'est porté TikTok pour différentes

raisons. Au début de ce travail doctoral, ce RSN commençait seulement à être étudié dans le domaine des SIC alors que des réseaux comme Instagram ou X avaient déjà fait l'objet de nombreuses recherches. Puis, la dimension d'apparence apolitique des individus sur TikTok, de par leur jeune âge, offrait une entrée pertinente quant à la multiplicité des sens investis et donnait à voir l'impact des structures sur les usages. Cette étude a été réalisée en gardant à l'esprit que les agents étudiés étaient, dans leur majorité, dans leur période adolescente, laquelle est une période fragile de construction de son identité. Nous savions ainsi, avant même d'entamer notre investigation, que les sujets oscillent entre la recherche d'un conformisme rassurant et un véritable besoin de se différencier.

Différentes variantes du hashtag autour de la mobilisation ont existé. En effet, s'agissant d'un mouvement lycéen, *a priori* profane en terme de militantisme et donc de structuration de mouvement collectif, nous sommes retrouvées face à plusieurs hashtags : #14septembre, #14sep, #14septembre2020, #lundi14septembre2020, *etc.* Le processus décisionnel s'est tout d'abord axé sur la visibilité du hashtag, ne laissant que #14septembre et #lundi14septembre, avant de se fixer sur la seconde possibilité, plus précise quant à du contenu autour de la mobilisation lycéenne. Le premier hashtag donnait à voir un contenu plus large et n'ayant pas toujours trait à la mobilisation étudiée.

La construction du terrain a donc commencé par un corpus composé des cent premières vidéos récoltées sous le #lundi14septembre sur TikTok en août 2021 à l'aide de l'application SSS TikTok, qui permet de télécharger les vidéos du RSN sans filigrane et de façon rapide. Ayant pleinement conscience des enjeux liés aux algorithmes et de l'opacité pour étudier ceux-ci, nous avons effectué la collecte depuis un ordinateur sans aucune connexion à un compte TikTok afin de ne pas être biaisé par un algorithme personnel. En même temps qu'avait lieu le téléchargement de ces vidéos (cf. Annexe 3, p 295), nous en avons extrait les métadonnées (cf. Annexe 1, p 290) Ces cent premières vidéos ont donné lieu à un total de 106 403 commentaires, 3 431 745 likes Différentes études quantitatives et qualitatives ont été menées sur ce corpus : toutes les grilles mobilisées figurent en annexes (cf. Annexe 1 p 290, Annexe 5 p 299, Annexe 8 p 357, Annexe 9 p 358).

Puis, nous avons souhaité faire parler les principales intéressées, c'est-à-dire les personnes ayant participé à ce mouvement sur TikTok. Néanmoins, s'entretenir avec les personnes ayant posté une des vidéos de notre corpus fut compliqué. Le premier obstacle auquel nous nous sommes confrontées était de pouvoir entrer en contact avec elles. En effet, sur TikTok, il est impossible d'envoyer un message privé si les deux personnes ne sont pas mutuellement

abonnées l'une à l'autre. Il fallait donc passer par un autre RSN : 39 des 100 comptes avaient leur compte Instagram directement inscrit dans leurs descriptions. Pour les autres, la grande majorité des comptes TikTok sont reliés à un compte Instagram lors de l'inscription. Toutefois, lorsque ce n'était pas le cas, il fallait tenter de retrouver la personne en espérant que son pseudonyme soit similaire sur les deux RSN et que le compte ne soit pas en privé (afin de vérifier au travers des images qu'il s'agissait bien de la même personne). Enfin, certains comptes ont été supprimés depuis la récolte initiale. Ici, un second obstacle s'est dressé, celui d'obtenir une réponse à la suite de ce contact et que celle-ci soit favorable à un échange. Le taux de réponse a été très faible. Certains n'ont même pas vu le message ce qui peut s'expliquer par la taille du compte : plus le compte aura d'abonnés, plus il est susceptible d'avoir un grand nombre de messages privés et moins il y a de chances que le message soit vu. Dans ces cas-là, nous avons tenté de contacter ces personnes par le mail professionnel qu'elles affichaient sur leurs comptes. Cette solution n'a pas été concluante non plus : le taux de réponse fut nul. Certains ont vu le message mais sans y répondre, certains ont répondu par la négative et certains étaient d'accord mais le contact fut perdu lors des demandes de rendez-vous (ils ont arrêté de répondre). Nous avons donc pu récolter en tout huit entretiens, dont cinq par téléphone et trois par messages privés sur Instagram (cf. Annexes 6 et 7, p 300 à 356). Une forme de paradoxe s'illustre : ces individus, pour la majorité mineurs, se livrent et se mettent en scène sur internet mais refusent de parler d'eux lors d'un entretien, qui leur est possible d'anonymiser.

Afin de pallier ce manque, nous avons décidé de terminer notre terrain en nous intéressant aux commentaires (cf. Annexe 3, p 295) sous les vidéos des vingt premières vidéos. Cependant, au moment de la récolte, seuls les commentaires des vidéos 1, 2, 3, 6, 8, 12, 15, 17, 19 et 20 étaient en accès public. Nous avons également récolté les commentaires de la vidéo 94 car nous avons pu réaliser un entretien avec la personne émettrice.

L'étude des commentaires s'est faite avec une approche émergente c'est-à-dire que les différentes catégories d'encodages ont émergé au fur et à mesure de l'analyse. Après la lecture et le classement des 19 756 commentaires, nous avons défini seize catégories de commentaires (cf. Annexe 9 p 358).

En résumé, le matériau principal de cette thèse comprend :

- 100 vidéos et leurs métadonnées
- 19 756 commentaires
- 8 entretiens

Ces différentes méthodes autorisent cette recherche à s'inscrire dans une épistémologie de la signification en cherchant à capter le sens d'un phénomène humain et social. Nous nous positionnons dans une approche compréhensive de ces phénomènes en passant par les motivations et engagements de leurs acteurs principaux, tout en nous attardant sur la capacité d'agir de ces acteurs.

Internet, facilitant l'accès au terrain, il a été plus facile de récolter de la donnée en ligne que de parvenir à en obtenir *via* les agents directement. Paradoxalement, les individus sont plus enclins à livrer des parts d'eux-mêmes sur internet que lors d'un entretien de recherche. La récolte des vidéos et des commentaires ayant été possible par la dimension volontairement publique de ceux-ci, nous mobiliserons les pseudonymes des internautes pour les citer et nous utiliserons des captures d'écran pour illustrer notre propos. Concernant les entretiens, sept sur huit enquêtés nous ont donné leur accord pour les citer avec leur pseudonyme, la huitième personne est citée en tant que « Anonyme 1 ».

Pour mener à bien notre réflexion autour de la façon d'appréhender les mobilisations socio-numériques, plusieurs hypothèses ont guidé notre travail et le structure :

- Avec la transformation numérique de la société, l'espace public a lui aussi été impacté. D'une part, cela a permis d'accroître le nombre de personnes pouvant prendre la parole et, d'autre part, cela a aussi modifié la façon de prendre la parole en public (Cardon, 2010). Ainsi, nous formulons l'hypothèse que les mobilisations socio-numériques sont des représentations de l'espace public numérique.
- L'évolution de l'engagement militant (Ion, 1997) a permis des formes d'implications moins contraignantes et plus ponctuelles. En 2017, le mouvement #MeToo a démontré le poids que les publics profanes ont apporté à des causes

plus grandes. De ce fait, notre deuxième hypothèse est de penser que les mobilisations amatrices, c'est-à-dire issues de publics profanes, servent la publicisation des mouvements militants plus traditionnels.

- Notre société est marquée par une individualisation croissante, accentuée par différents organismes mondiaux portant la promesse de répondre à nos besoins et à nos envies de façon individuelle, personnalisée et rapide. Pourtant, les nombreuses mobilisations socio-numériques laissent paraître un besoin de collectif, nous invitant à nous questionner sur les raisons de ces « je » à s'intégrer de façon ponctuelle à un « nous » collectif. Ce qui nous amène à notre troisième et dernière hypothèse : les mobilisations socio-numériques permettent la création de lieu de dédifférenciation (Cefai, 2007).

La première partie de cette thèse est composée de trois chapitres et a vocation à présenter les nouvelles arènes à l'intérieur desquelles s'expriment les mobilisations socio-numériques. Le premier chapitre questionne la notion d'espace public à l'heure de la numérisation de la société. Son objectif est de discuter le sens de la notion, sujette à une polysémie, afin d'en donner une définition permettant d'envisager l'existence d'un espace public numérique sur TikTok. Le deuxième chapitre traite du processus de publicisation d'une revendication sociale, partant de la définition d'un problème public pour arriver à ses relais de visibilité. Le dernier chapitre de cette partie amène à réfléchir autour de l'évolution des modalités de mobilisations au XXI<sup>ème</sup>, à travers les répertoires d'actions numériques et des effets de mimétisme.

La deuxième partie de cette thèse, composée de trois chapitres, traite des enjeux poursuivis, mais aussi des conséquences, liés à l'exposition de soi sur une scène publique numérique. Le quatrième chapitre est une réflexion dont l'objectif est de comprendre les raisons pour lesquelles les individus se regroupent en ligne. Puis, le chapitre suivant mêle les notions de visibilité et d'expertises. La mise en scène de soi présentée lorsque les individus s'exposent sur TikTok semble suivre des lignes directrices, que nous allons chercher à comprendre. Le sixième chapitre, et dernier de la partie 2, a pour objectif d'investiguer les conséquences liées à une mobilisation socio-numérique normée et de trouver comment et par qui ces codes sont perpétrés.

Enfin, la troisième partie de cette thèse, également composée de trois chapitres, a pour but est, à la suite des investigations faites précédemment, de réaliser de quoi les mobilisations socio-numériques sont révélatrices dans la société actuelle. Le chapitre sept évoque la notion de la reconnaissance à travers une quête d'estime sociale, que nous interrogerons *via* le prisme de l'imaginaire émancipatoire des RSN. Le chapitre 8 tentera de nuancer les apports du chapitre précédent en présentant d'autres façons de faire collectif à travers un « nous » investi. Pour terminer, le dernier chapitre de la partie 3 et la thèse, permettra de comprendre les nouveaux espaces créés lors de mobilisations socio-numériques mais surtout leurs limites et leurs points de vigilance.

Cette thèse s'attèle à démontrer que la mobilisation du #lundi14septembre est symptomatique de l'évolution de notre société vers de nouvelles caractéristiques où l'individu prend le pas sur le collectif et la cause sociale devient secondaire à des recherches de visibilité, d'émancipation et de reconnaissance.

## **PREMIERE PARTIE**

### **Des nouvelles arènes de mobilisation**



## Introduction Partie 1

Le #lundi14septembre expose un rassemblement composé majoritairement de lycéennes à la fois sur internet et dans des établissements scolaires à propos des tenues vestimentaires des lycéennes. Le choix de se focaliser uniquement sur TikTok découle de plusieurs éléments. D'abord, parce que le mouvement s'est développé sur les RSN dont TikTok. Ensuite car nous souhaitons interroger la dimension numérique de cette mobilisation. Si la fin du XX<sup>ème</sup> siècle a vu le militantisme subir des mutations le rendant moins contraignant et impliquant (Ion, 1997), cette transformation s'est par la suite accentuée avec le développement des outils numériques. L'instantanéité des RSN permet de proposer aux individus un présent commun, qui ne sera pas forcément basé sur un passé commun et qui ne garantira pas non plus un futur commun. Il s'agit d'un instant T où il sera possible d'assister à un phénomène de dédifférenciation (Cefaï, 2007) éphémère au cours duquel des individus se regroupent ponctuellement en partageant un système de valeurs.

Enfin, la dimension d'apparence apolitique des individus sur TikTok, de par leur jeune âge, permet un angle intéressant quant à la multiplicité des significations investies, donnant au #lundi14septembre un sens parfois féministe mais aussi exposant la volonté d'en faire un objet de loisirs et de participer à une mobilisation, non pas par militantisme, mais pour se divertir. Nous pourrions ainsi penser les individus non plus en tant que bloc communautaire mais en termes de réseau. Celui-ci aura ses spécificités propres en raison de notre choix de nous concentrer uniquement sur TikTok.

Dans un premier temps, nous ancrerons notre travail dans la notion d'espace public. Ce terme présente une polysémie interprétative. Après avoir confronté plusieurs sens, nous expliquerons notre choix de nous situer dans un héritage habermasien auquel nous apporterons cependant des nuances issues de la pensée oppositionnelle et alternative. Ceci aura pour objectif de poser les fondations de notre réflexion autour du sens de l'espace public dans un environnement numérisé et d'appliquer ce modèle à notre plateforme d'étude, TikTok.

Puis, nous analyserons pourquoi le terme d'espace public numérique, bien que présentant des caractéristiques pertinentes pour notre étude, n'est pas le plus adéquat. Néanmoins, nous ne réfutons pas le rôle et l'impact des RSN dans la vie publique. En effet, une mobilisation prenant la forme d'une revendication, où qu'elle se déroule, cherche à définir un problème

public qui a pour vocation d'être publicisé, même si le numérique va venir impacter le processus. La dimension d'arène sociale viendra aider notre tentative de définition du lieu de la mobilisation.

Enfin, nous ferons l'hypothèse du mimétisme où des scènes publiques vont chercher à reprendre les codes de l'espace public, à la fois dans le fonctionnement de la mobilisation mais aussi dans le choix des ressources ou dans l'essence du propos. Les individus, de par l'expérimentation de pratiques militantes démocratisées, donnent à voir, dans leur processus de publicisation, un sens différent que celui qu'ils ont investi.

# Chapitre 1

## L'évolution de l'espace public

Aujourd'hui, la notion d'espace public subit beaucoup d'usages triviaux, ce qui entraîne une perte de sens. La signification du concept premier s'amenuise et semble disparaître face à un usage courant non maîtrisé. La confusion entre espace public et lieu public est fréquente (Béja, 2012). Que ce soit dans le langage courant ou dans le discours médiatique, l'espace public désigne souvent des espaces urbains, destinés à l'usage de tout un chacun mais cette utilisation polysémique pose problème. Cela « *engendre des confusions, alimentant même parfois des stratégies et des discours promotionnels* » (Romeyer, 2011 : 21). Ce chapitre a pour vocation de discuter la notion d'espace public afin de pouvoir en donner une définition qui prendra en compte l'évolution de celui-ci au sein d'une société numérisée et donc d'envisager l'existence d'un espace public numérique dont notre terrain sur TikTok pourrait être une des incarnations actuelles. Au-delà des périmètres de définition, il s'agit de s'interroger sur le sens de l'espace public dans un environnement numérisé.

### 1.1 Aux origines de l'espace public, entre aliénation et raison

La notion d'espace public est sans cesse mobilisée et très discutée au cœur des sciences humaines et sociales, en faisant l'un des concepts les plus débattus en SIC (Lits, 2014). Afin d'ancrer au mieux notre travail, nous partirons des quatre filiations distinguées par Bernard Miège (2010). La première fait référence à un espace public hérité de la pensée grecque, renvoyant à l'agora grecque où se réunissaient les citoyens libres afin de prendre part à la consultation politique. Cette vision s'opposait à un espace privé délimité par la maison à l'intérieur duquel femmes et esclaves accomplissaient des tâches respectives de reproduction de la vie et travail productif. Ceux-ci étaient donc exclus de l'espace public.

Cette pensée a été développée dans la *Condition de l'homme moderne* (1958-2005) par Hannah Arendt qui définit l'espace public comme un espace commun et décisionnel, une partie de la *vita activa* (la vie active) forme qu'elle oppose à la *vita contemplativa* (la vie contemplative). La *vita contemplativa* fait référence à une quête du bonheur fondé sur le

renoncement aux vanités, comme la richesse ou le succès. La *vita activa* qui est composée de trois types d'activités qui sont le travail, l'œuvre et l'action. En ce sens, le terme « public » de l'espace public peut être remplacé par celui de « politique ». Dans l'antiquité, le politique était du côté du domaine public, de la dimension de l'action, une des trois composantes de la *vita activa*, le tout, radicalement opposé au domaine privé. Le propos d'Arendt va alors replacer les trois activités humaines : le travail, l'œuvre dans le domaine privé et l'action dans le domaine public. Le *zôon politikon* (l'animal politique chez Aristote) est devenu pour Arendt un animal *laborans*, à savoir un animal qui ne vit que pour et dans le travail, loin de l'espace public idéalisé de l'antiquité dans laquelle l'action publique prévalait sur le reste et qui permettait de construire un monde commun. Celui-ci semble de plus en plus réfuté au XIX<sup>ème</sup> siècle. En effet, la recherche constante de personnalisation et d'individualisation laisse à voir un refus d'uniformisation. Néanmoins, derrière des discours de singularité se cachent une nouvelle forme d'imitation, sur laquelle nous reviendrons au cours du chapitre 6. La thèse d'Arendt est de définir l'époque de l'homme moderne comme une époque d'aliénation au sein de laquelle le sens de l'action, c'est-à-dire du politique et du commun, a été perdu. Le capitalisme et le progrès technique auraient entraîné la perte du sens commun et il est primordial selon elle de revenir à cet ancien idéal de l'agir véritable.

La deuxième filiation suit une pensée libérale. Refusant une opinion publique tyrannique dans le sens où elle reproduit un conformisme et une domination émis par une rationalité supérieure, l'espace public est ainsi perçu comme un espace médiatique permettant le maintien d'une communication et contrôlant les excès des pouvoirs publics. Cette filiation est souvent négligée (Miège, 2010) mais des intellectuels comme Alexis de Tocqueville ont dénoncé cette domination de la masse : l'espace public est constitué par la grande masse de la population (Farge, 1992).

Dans la troisième filiation, l'espace public peut être pensé de façon alternative comme un espace oppositionnel stimulant l'espace public politique. Cette pensée oppositionnelle s'est construite en réponse avec la quatrième filiation, et c'est dans celle-ci que nous ancrerons notre réflexion théorique, un espace public hérité de la pensée des Lumières<sup>4</sup> et développée par Jürgen Habermas (1962).

---

<sup>4</sup> Kant, dans son texte *Qu'est-ce que les Lumières ?* (1784), oppose l'usage public de la raison à l'usage privé (Miège, 2010)

Initialement défini comme étant le processus au cours duquel le public, constitué d'individus fait, usage de sa Raison en s'appropriant la sphère publique, contrôlée par l'autorité, et la transforme en une sphère où la critique s'exerce contre le pouvoir de l'Etat, de nombreux chercheuses et chercheurs, y compris Habermas lui-même, vinrent la contester et la faire évoluer. Cette première vision de l'espace public d'Habermas était en effet une vision élitiste, essentiellement focalisée sur la sphère publique bourgeoise et qui reste ancrée dans la théorie critique de l'Ecole de Francfort dans lequel par exemple, les classes populaires sont exclues de l'espace public.

Cette vision reste proche de l'agora grecque que nous avons présentée dans la première filiation. Elle est critiquée par Nancy Fraser (2003) qui reproche à Habermas une vision naïve du public : tous n'ont pas le même accès à l'espace public en raison de leur genre, de leur statut, de leur capacité, *etc.* Un des exemples est la différence entre les femmes et les hommes. Du XIX<sup>ème</sup> à la première moitié du XX<sup>ème</sup> siècle, femmes et hommes « *se situent aux deux extrémités de l'échelle des valeurs* » (Perrot, 2020 : 5) au sein de cet espace public. Michelle Perrot en parle comme d'un espace sexué, où chacun des deux sexes va se rencontrer, se chercher ou s'éviter. A la naissance, la majorité des personnes se voient assigner un genre « *par une personne qui a coché une case sur un document officiel* » (Butler, 2016 : 40) en fonction de leur sexe avec lequel va un ensemble d'exigences. Le genre est « *un élément constitutif de rapports sociaux fondés sur des différences perçues entre les sexes, et le genre est une façon première de signifier des rapports de pouvoir* » (Scott, 1988 : 141). Partant des discours sur le genre faisant office d'autorité comme le droit, la médecine ou la psychiatrie (Butler, 2016), deux genres distincts s'opposent dans cette première définition de l'espace public. Les femmes n'avaient pas d'autres choix que d'être des femmes, elles avaient l'apparence des femmes. En tant que telle, la femme avait un devoir de beauté au XIX<sup>ème</sup>, en témoigne la représentation des femmes omniprésentes dans la monumentalité urbaine (Perrot, 2020). Ainsi, les femmes sont amenées à performer leur genre dans le champ de l'apparition qui leur est autorisé (Butler, 2016) tout en étant en prises avec des règles complexes de féminité, qu'elles soient informelles<sup>5</sup> ou législatives. Par exemple, jusqu'au 31 janvier 2013, date de son abrogation, existait la loi du 7 novembre 1800 qui interdisait aux femmes de porter un pantalon pour qu'elles ne se travestissent pas, bien qu'elle ne fût plus appliquée depuis des années. De même, la question du corps des

---

<sup>5</sup> Voir 3.2 Se revendiquer en se réappropriant (p 77)

femmes dans des lieux publics tels que les piscines municipales ou la plage demeure également complexe. Le 23 février 2021, la députée Emmanuelle Ménard a présenté à l'Assemblée Nationale une proposition de loi (n°3924) reprenant les termes suivants « *Le port du maillot de bain intégral islamique dans l'espace public est interdit. Le fait de contrevenir à cette interdiction est puni d'une amende de 5e classe* ». Outre le fait que s'illustre ici la polysémie interprétative du terme d'espace public, cet événement vient en contradiction avec des faits arrivés le 20 août 2020 lors desquels des femmes, bronzant seins nus sur une plage, se sont vus rappelées à l'ordre par des gendarmes alors que cet acte ne constitue plus un délit d'exhibition sexuelle selon l'article 222-32 du Code Pénal. Ainsi, les femmes vont se retrouver au cœur de systèmes judiciaires de pouvoir (Foucault, 1976) qui vont s'exprimer en termes de restriction, de prohibition, de régulation, de contrôle et de protection. En étant régulés par ces structures, les agents y sont donc assujettis (Butler, 1990).

Ces différentes formes de contrainte vont orienter les champs de l'apparition et pèsent sur l'occupation de l'espace public : chacun est assigné à son genre et aux droits qui lui sont octroyés. L'accès au droit de vote et au droit de se présenter politiquement pour les femmes date du 21 avril 1944. Reprenant la définition donnée initialement qui voit l'espace public comme un endroit où il est possible de critiquer le pouvoir, les femmes, en n'ayant pas d'accès à l'espace électoral et politique, ont longtemps été exclues de cet espace public. Judith Butler (2015) parle de la « sphère de l'apparaître ». Cet élément va venir appuyer l'idée d'un espace public comme lieu de l'apparaître et assurer une « publicité universelle » (Bautier in Miège, 2010 : 25), conférant aux individus le « droit » d'apparaître. Ce droit, que l'on pourrait penser universel, est contredit par « *les formes différentielles de pouvoir qui désignent qui peut ou ne peut pas apparaître* » (Butler, 2016 : 66-67). A l'heure actuelle, il n'existe pas de loi en France stipulant que certaines personnes ne peuvent pas accéder à l'espace public.

Théorisé initialement comme un lieu d'expression d'un intérêt général partagé, l'espace public est aux prises avec ce que Pierre Bourdieu appelle la violence symbolique, un pouvoir parvenant à « *imposer des significations et à les imposer comme légitimes en dissimulant les rapports de force qui sont au fondement de sa force* » (Bourdieu et Passeron, 1970 : 18). Il s'agit d'un pouvoir sans la contrainte physique, un pouvoir intériorisé qui préfigure l'oppression systémique. La violence symbolique est une violence inscrite dans les structures de la société et qui s'exerce de façon invisible. L'analyse de Bourdieu et Passeron expose un

fonctionnement idéologique sous-jacent de l'appareil scolaire : malgré sa gratuité et son accès démocratique, l'école effectue une sélection sociale en se basant sur des critères culturels de la classe dominante. Initialement construite dans des recherches en sociologie de l'éducation, la notion prend une place centrale par la suite dans les travaux de Bourdieu et peut s'appliquer à divers domaines. La violence symbolique permet d'expliquer le maintien d'un ordre social inégalitaire : si aucune loi n'interdit l'accès à la sphère de l'apparaître ou à l'espace public, comment se fait-il que des catégories de personnes n'y soient pas représentées ? Evidemment, il est impossible de faire une règle générale car chaque espace, chaque cas est différent. On peut par exemple lire cette forme de violence à travers l'exclusion silencieuse des femmes de certains lieux d'expression. Le collectif militant La Barbe base ses actions sur cet ostracisme « *nous faisons irruption dans des réunions, des assemblées générales, des conférences, des lieux de pouvoir presque exclusivement masculins, en arborant des barbes postiches. La barbe, attribut viril par excellence, nous permet de gommer ce qu'il y a en nous de féminin, et de montrer, en miroir, l'absence de femmes dans les lieux de pouvoir.* » (Béranger, 2013 : 70). Mais cela ne signifie pas pour autant que toutes les femmes sont exclues de tous les lieux d'expression. L'accueil des actions du collectif La Barbe est aléatoire mais permet de souligner la fragilité de la notion d'espace public et la difficulté de la théorisation de ces conditions d'accès. C'est pourquoi Oskar Negt (2007) reproche une « *idéalisation théorique* » reposant sur l'exclusion de pans entiers de la société. L'espace public idéal doit pouvoir devenir un bien commun et, pour ce faire, il est nécessaire de laisser la possibilité à une certaine occupation par le public (Beja, 2010), quel qu'il soit. Negt et Fraser propose des réflexions issues de la pensée oppositionnelle de l'espace public et, bien que nous ancrions notre réflexion dans la filiation habermasienne, nous gardons à l'esprit ces nuances car il est impossible d'énoncer des règles générales sur l'accès à l'espace public dans notre société actuelle. C'est pourquoi l'approche de l'espace public doit en permanence être contextualisé (Miège, 2010) et que le propos que nous tiendrons tout au long de cette thèse ne sera valable que pour la situation précise, que nous expliquerons et développerons.

A la suite de ces discussions, nous nous rendons compte que la notion d'espace public demeure délicate, d'autant plus au sein d'une société en perpétuelle évolution avec un progrès technologique rapide. Faut-il dès lors abandonner la notion ?

Au cours du XX<sup>ème</sup> siècle, le développement des médias a été perçu par Habermas comme un pas vers la dégénérescence de l'espace public contemporain amené à devenir un lieu

passif de consommation là où il était un lieu de critique des citoyens actifs. Dans la filiation de la théorie critique de l'école de Francfort, cette pensée présuppose des institutions médiatiques toutes puissantes face à des individus passifs, rappelant la thèse d'Arendt sur des individus aliénés. Il faut toutefois garder à l'esprit que le propos d'Habermas autour des caractéristiques de l'espace public est pertinent et même innovant au cœur des années 60 et 70 mais qu'il est à discuter et à adapter au contexte médiatique du XXI<sup>ème</sup> siècle (Romeyer, 2004). Pensée que, d'une part, il n'aura cessé de nuancer dans la suite de ses travaux sur le sujet et que, d'autre part, bien des auteurs n'ont eu qu'une vision partielle des thèses d'Habermas.

Ainsi, l'espace public englobe de multiples lieux et moments dialogiques où des thématiques privées et publiques seront discutées. Pour Thierry Paquot (2009), il y a également une pratique démocratique, comme une forme de communication et de circulations de différents points de vue. L'action humaine et la parole sont indissolublement liées, « *l'action muette ne serait plus action parce qu'il n'y aurait plus d'acteur, et l'acteur, le faiseur d'actes, n'est possible que s'il est en même temps le diseur de parole* » (Arendt, 1958 : 235). Ce n'est pas tant la multiplicité des opinions individuelles divergentes et non capable de vérité (Miège, 2010) qui importe, mais bien leurs confrontations et l'espace dans lequel elles se déploient. Afin de pouvoir activer l'espace public, les lieux de discussion doivent être ouverts. De ce fait, l'espace public est une des conditions de la démocratie, l'espace conflictuel n'étant pas admis dans les régimes totalitaires.

Nous définirons l'espace public comme « *un processus qui amène les citoyens d'une société donnée à échanger des arguments, à raisonner collectivement à partir d'opinions individuelles, pour aboutir à un arbitrage concernant la chose publique (res publica). Cet échange d'arguments raisonnés est rendu possible d'une part par la transparence du fonctionnement des instances gérant la vie en collectivité et de l'information, d'autre part par l'accessibilité de cette information et la liberté d'expression. En outre, cet échange n'a pas pour finalité d'exister en soi mais appelle une action ou une réaction publique* » (Romeyer, 2011 : 22) tout en gardant à l'esprit l'inégalité d'accès des individus. Il ne s'agit pas de faire une catégorisation précise et fixe de ces différences mais de tenir compte des singularités propres à chacun (origine, genre, éducation, etc.).



## 1.2 Les nuances des nouveaux espaces publics, du numérique au semi-public

Avec la transformation numérique de la société, l'espace public a lui aussi été impacté. Dominique Cardon (2010) remarque que l'élargissement de l'espace public s'est fait dans deux dimensions : cela a permis d'accroître le nombre de personnes pouvant prendre la parole mais cela a aussi modifié la façon de prendre la parole en public. Selon Fanny Georges (2010), ces nouvelles formes d'échanges en ligne ont reconfiguré le lien social et fait émerger de nouvelles façons de penser. Sur internet, l'individu va être à la fois l'origine de l'échange mais également l'acteur de l'information : il sera à la fois sujet et objet. L'internaute devient un agent hybride. L'ouverture de l'espace public au numérique nous amène vers une forme d'espace public numérique à l'intérieur duquel apparaissent des nouveaux types d'échanges entre les sujets, les ancrant dans une construction communautaire identitaire : en observant notre objet d'étude par ce prisme, grâce aux traces d'énonciation, nous sommes dans ce que Julien Péquignot appelle un mode de lecture communautaire (2018). Chaque récepteur de la mobilisation du #lundi14septembre a la possibilité de devenir un émetteur. Même si la participation n'est pas aboutie, le fait de la considérer comme possible, permet à l'individu de s'inscrire de fait au sein d'une communauté et une dynamique participative (Péquignot, 2018).

Une des particularités de ces échanges est la place prédominante de l'émotion, s'opposant à un espace public habermassien où chacun fait usage de sa raison. Le #lundi14septembre est né de l'émotion, de l'expérimentation de situations jugées injustes par des lycéennes<sup>6</sup>. Ces discours, nés de l'émotion, peuvent-ils monter en généralités par un usage public de la raison ? Lilixass (entretien 3), qui a participé au #lundi14septembre, dit avoir pris du recul sur la liberté vestimentaire des jeunes filles au lycée « *Je pense, et maintenant je l'ai compris, j'ai pris du recul, que ma tenue vestimentaire n'était pas adaptée pour venir au lycée. J'avais juste un jean taille basse et un crop top en mode brassière et je me dis maintenant en effet ce n'était pas approprié pour venir en cours, et ça je l'ai pris avec du recul et avant quand on me disait 'Ouais c'est pas approprié pour venir en cours', je m'énervais et on partait en débat pour quarante minutes, je te criais dessus et j'étais trop énervée.* » sans regretter

---

<sup>6</sup> Voir 4.1 Faire l'expérience de l'injustice (p 96).

« après je suis très contente de l'avoir fait ce mouvement, parce que pour moi, je considère que j'étais dans l'abus mais par contre les jupes, les crop tops assez raisonnables, même des shorts pas trop courts etc. pour moi on devrait avoir l'autorisation de venir comme ça. Ou même moi par exemple je viens sans soutien-gorge au lycée avec euh des hauts en peu transparents et je m'en fous. » Dans son propos apparaît une évolution, l'émotion a laissé place à un discours plus nuancé, à un raisonnement. La dimension émotionnelle peut effectivement être l'élément déclencheur d'une mobilisation et celle-ci peut faire émerger des discussions raisonnées où des individus font un usage public de leur raison (Romeyer, in Miège, 2010). Nous y reviendrons plus en détails plus tard au cours de la dernière partie de cette thèse mais il convient dès à présent de rappeler que la majorité des individus derrière notre corpus d'études est mineure. De ce fait ils sont, pour la plupart, en plein découvertes des expériences de vie. Ils sont dans une période transitoire entre l'enfance et l'âge adulte, lors de laquelle ils expérimentent, découvrent et se construisent.

Ces nouveaux lieux d'échanges ont porté avec eux de nouveaux mythes. Dominique Cardon (2010) expose qu'internet entraîne avec un imaginaire de valorisation des individus, de la libre initiative, de transformation massive d'éléments en biens communs. Miège (2010) dresse une liste des avantages *a priori* apportés par la numérisation de l'espace public. Les facilités d'accès, la multiplication des occasions de contacts et le raccourcissement des délais de réaction, la gratuité ressentie, la possibilité de passer outre les limitations physiques, l'élargissement des possibilités et des lieux d'expression, la liberté d'expression ressentie, le non-professionnalisme médiatique des intervenants, la dissimulation des statuts ou rôles sociaux, le déploiement de l'argumentation et le sentiment de participer à des discussions ou des débats respectant le rôle de chacun<sup>7</sup>.

L'espace public se voit parfois affublé de l'étiquette d'une conception spatiale (est public ce qui est visible et accessible par tous), ce qui permettrait de considérer internet comme un espace public.

Nous avons expliqué précédemment notre ancrage théorique avec un espace public davantage pensé comme une conception normative où des individus s'engagent dans un processus d'échange répondant à des critères spécifiques. Internet propose une multitude d'applications, de services, de sites, *etc.* De ce fait, il est impossible de le considérer ou non

---

<sup>7</sup> Nous remettons en question ces mythes dans la partie 2.3 La démocratisation des pratiques liées à l'influence, la fin d'une situation de parole idéale (p 55).

comme un espace public : cette variété entraîne avec elle autant d'espaces publics numériques possibles. Cependant internet, comme le rappelle Patrice Flichy (2008), demeure polarisé autour d'un nombre restreint de sites, malgré sa diversité. Nous nous intéresserons spécifiquement aux RSN car, dans le cadre du #lundi14septembre, ce sont Instagram, X et TikTok qui ont été mobilisés. Notre réflexion se portera alors sur la possible qualification des RSN en tant qu'espaces publics numériques. Les RSN recouvrent des réalités très différentes, allant des réseaux professionnels aux réseaux thématiques. Afin de mieux comprendre les enjeux spécifiques liés aux RSN en tant que potentiels espaces publics numériques, nous allons mobiliser la grille des typologies des RSN réalisée par Dominique Cardon (2019). Celle-ci s'appuie sur deux variables. La première est celle des identités multiples, dont les services du web cadrent et enregistrent certaines facettes plutôt que d'autres. L'identité numérique ne se cache pas dans les tréfonds de l'individu, mais se construit à la surface, dans les mimiques, les gestes et les attitudes. Elle se constitue par l'accumulation des multiples facettes présentées par l'internaute. La seconde variable s'appuie sur le degré de visibilité que les RSN donnent aux profils, celui-ci varie en fonction de la plateforme, de ses règles d'utilisation et des limites posées par l'internaute.

En s'appuyant sur ces deux variables, Cardon fait émerger deux tensions (voir figure 3). D'une part, il y a le processus de simulation de soi avec les signes d'une identité acquise, incorporée, stable et durable (l'âge, la profession, le nom, *etc.*) et d'autre part, les signes d'une identité active qui porte la trace des choix, des compétences, des réalisations (les photographies, les contenus créés, les engagements sociaux, *etc.*) De là, quatre cadres de type d'identité sur les RSN émergent :

- L'identité civile : les traits identitaires incorporés à la personne (être) et qui sont ressemblants (réel). Ici se trouvent les RSN proposant à leurs utilisateurs de mettre en avant des éléments comme le sexe, l'âge ou encore le diplôme de l'individu. Il s'agit généralement de RSN de rencontre, comme Meetic ou Grindr, au sein desquels l'identité numérique proposée est censée correspondre à l'identité réelle de la personne.
- L'identité narrative : l'identité est incorporée dans l'individu (être) mais de façon plus narrative (projeté). Ici, se trouvent les RSN mettant en avant les marques de

l'intériorité, des sentiments. L'individu est amené à raconter ses humeurs, son quotidien, comme il lui est possible de le faire sur des blogs pour exemple. Il crée une forme de *storytelling* autour de lui.

- L'identité agissante : les signaux de l'identité sont visibles à travers les actions de la personne (faire) qui l'engagent directement (réel). Ici se trouvent les RSN permettant d'échanger sur des centres d'intérêts communs à travers des photos, des vidéos, *etc.* comme Instagram ou Pinterest, où les individus mettent en avant leur identité à travers leurs expériences culinaires ou de voyage par exemple.
- L'identité virtuelle : l'identité reprend la notion des actions réalisées (faire) mais à travers une théâtralisation de soi. Ici se trouvent les RSN offrant la possibilité de créer un avatar dans lequel l'utilisateur va performer son identité, comme sur des jeux vidéo en ligne. Il s'agit de l'identité sur laquelle on peut le plus projeter des éléments différents de son identité réelle (nom, apparence physique, attitude, *etc.*) et qui est relativement acceptée.

Dans le cadre du #lundi14septembre sur TikTok, des individus se sont engagés dans une forme de collectif en s'exposant à travers des vidéos. En montrant des intérêts et des opinions communs, ils ont présenté une forme d'identité agissante principalement.

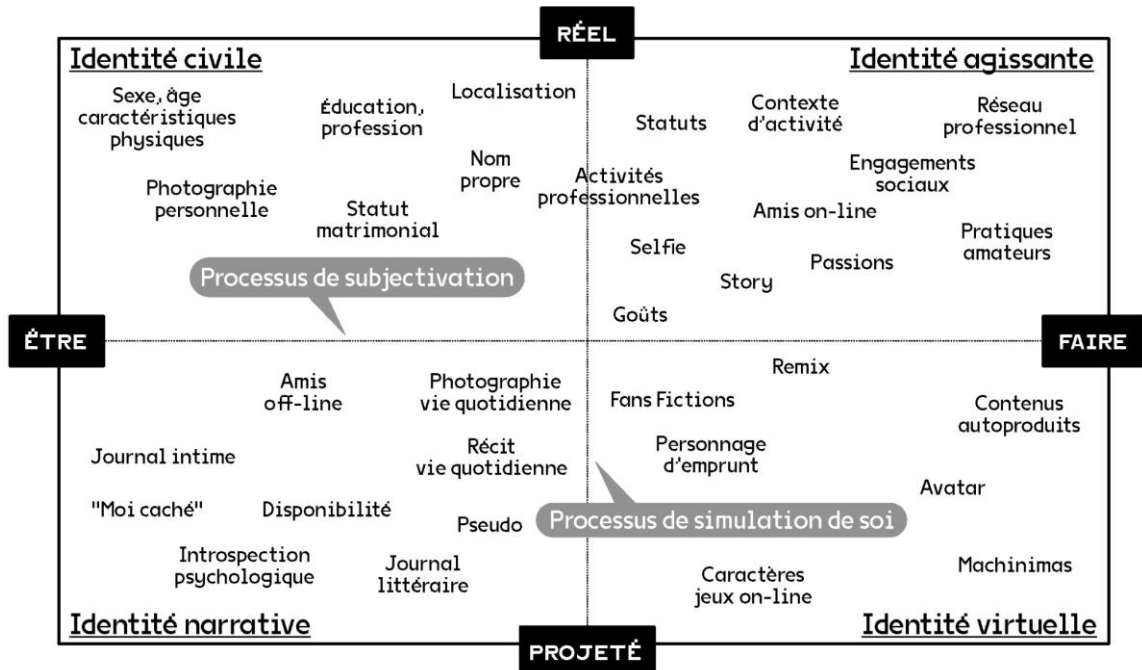


Figure 4 - Les traits de l'identité en ligne (Cardon, 2019)

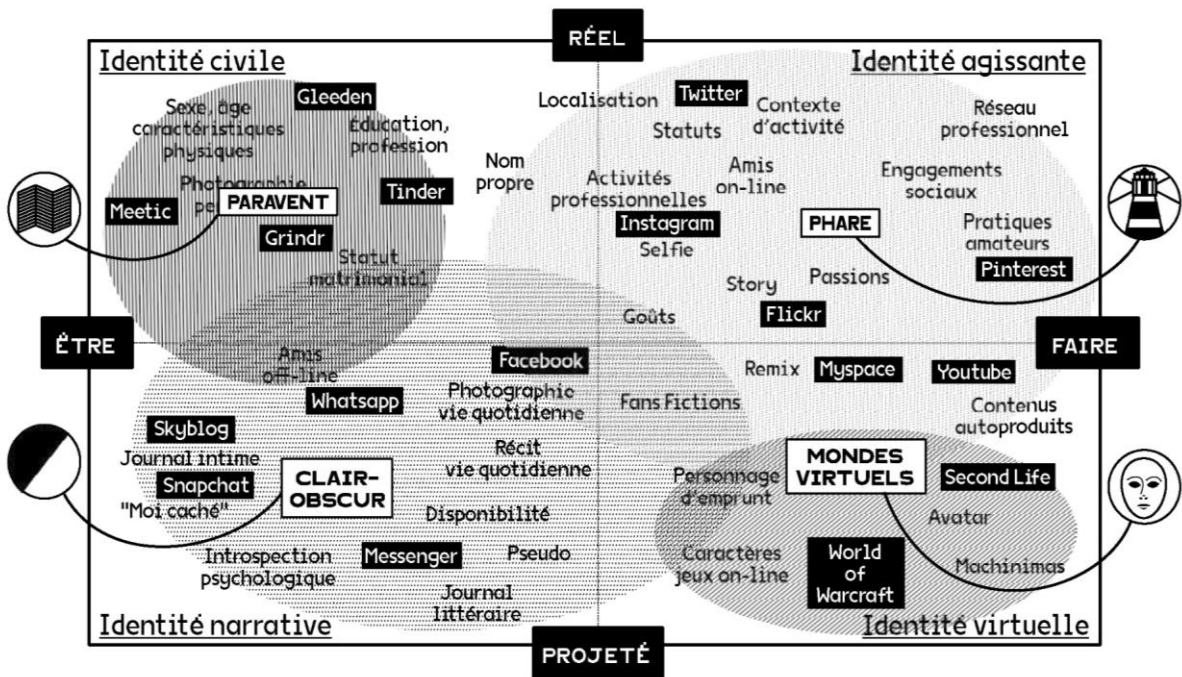


Figure 3 - Quatre familles de relations en ligne (Cardon, 2019)

De ces quatre cadrages découlent quatre types de visibilité (voir figure 4).

La visibilité en paravent expose un processus de dévoilement des informations liées à l'identité réaliste de façon progressive. Sur un site de rencontre par exemple, l'individu va donner quelques éléments sur lui avant de faire connaissance plus en profondeur avec l'autre

personne. La métaphore du paravent renvoie à l'idée de se cacher pour voir : on observe autrui afin de décider si l'on va se dévoiler davantage.

Puis vient la visibilité en clair-obscur. Il s'agit d'une visibilité jouant sur le privé-public, avec l'idée de s'exposer tout en se cachant (Facebook et Snapchat en sont deux parfaits exemples : il faut être ami avec la personne sur le RSN afin que celle-ci ait accès). Généralement les individus se connaissant déjà dans la vie réelle, étendent leurs échanges en ligne, à travers des cercles concentriques, à des personnes moins proches : il peut s'agir de personnes perdues de vue, des amis d'amis, *etc.* La condition principale étant que les sociabilités préexistent à la sociabilité en ligne.

En face du cadrage du clair-obscur, il y a les mondes virtuels. Ici, les individus s'exposent de façon publique. Cependant les identités présentées sont créées, fabriquées. L'identité réelle des individus est dissimulée : les internautes se voient au travers de leurs actions, cachés derrière un profil construit (c'est le fonctionnement notamment des jeux en ligne ou encore des forums).

Enfin, il y a la visibilité de phare. Cette forme de visibilité a pour vocation de produire des contenus qui seront visibles par tous : on ne se connecte pas par connaissance mais pour des centres d'intérêts communs (loisirs, opinions, goûts, *etc.*). TikTok propose donc une visibilité partielle, allant à l'encontre de celle promue par l'espace public selon Habermas. Sur internet, la visibilité suit la loi de puissance (Cardon, 2019) : parmi tous les contenus publiés seule une infime partie est réellement vue, l'attention va se concentrer sur un petit segment des informations numériques disponibles.

Le #lundi14septembre a regroupé plus de 35 millions de vues mais la visibilité la plus grande du mouvement se concentre sur une journée, alors que notre corpus s'étend sur sept jours. Partant du principe que le taux d'interaction avec une vidéo est représentatif des vues qu'elle a générées, nous remarquons (voir figure 5) que le samedi 12 septembre 2020 est la journée ayant suscité le plus d'engagement : 998 336 *likes* et 39 703 commentaires alors qu'il n'y a que neuf vidéos (voir figure 6).

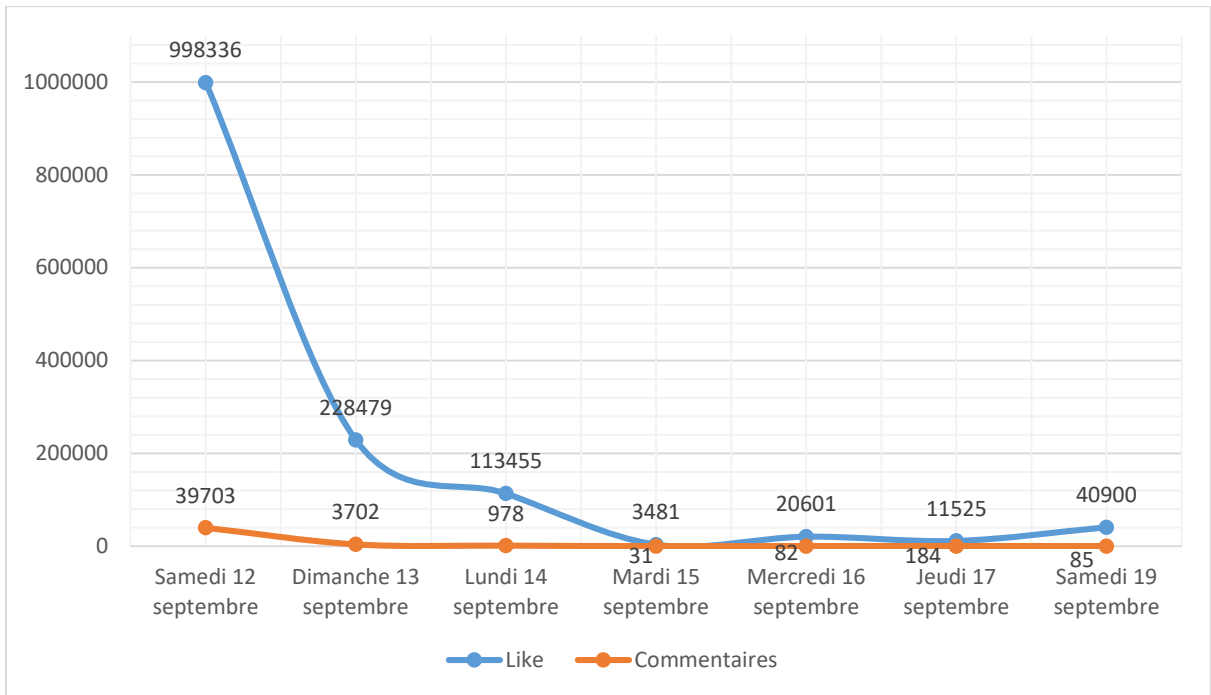


Figure 5 - Nombres de likes et commentaires par jour

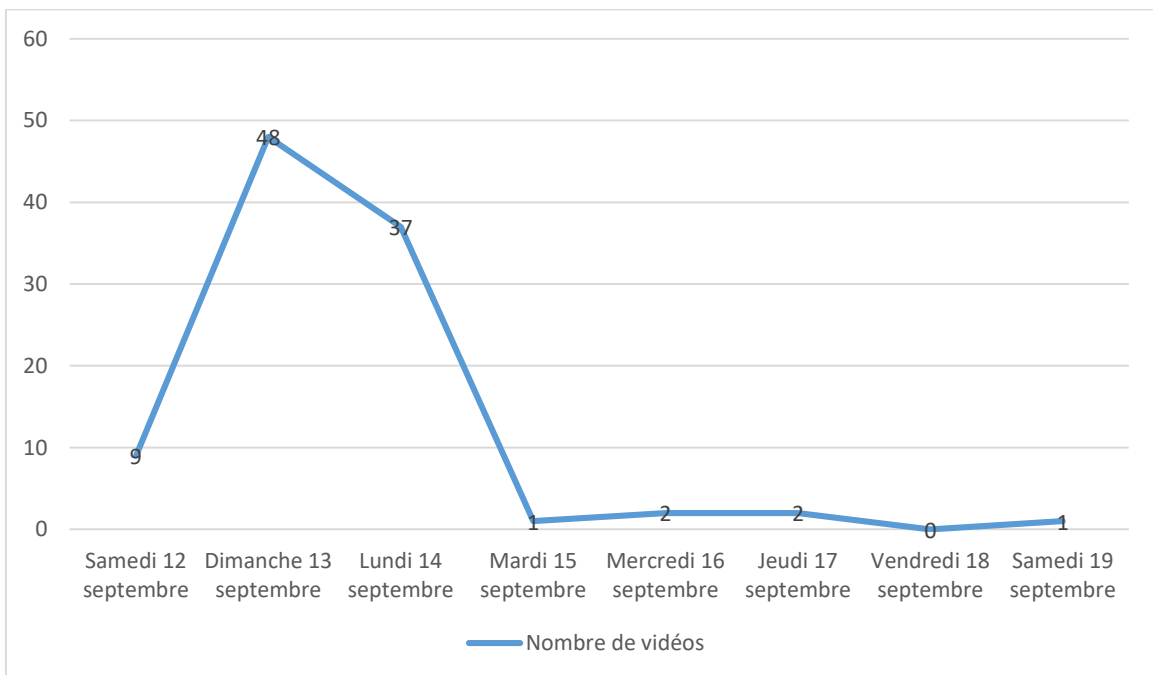


Figure 6 - Répartition temporelle des vidéos

Le samedi 12 septembre 2020 apparaît comme la journée d'arrivée du mouvement sur TikTok, soit deux jours après la création du compte Instagram : les internautes ont pris connaissance de la mobilisation et ont décidé d'y participer, du moins sur la plateforme. On

remarque un pic de 48 vidéos le dimanche 13 septembre (avec 228 479 *likes* et 3 702 commentaires) et 37 vidéos le lundi 14 septembre (avec 113 455 *likes* et 978 commentaires), avant de retomber à une ou deux vidéos les jours suivants. Se constate ici une véritable visibilité partielle de la mobilisation sur TikTok : 9 % des vidéos réunissent à elles seules 70 % des *likes* et 82 % des commentaires.

Sur une même thématique, chaque participation à l'espace public numérique d'un individu ne sera pas égale. La possibilité de penser TikTok comme un espace public numérique s'amenuise donc.

La visibilité en phare propose une forme spécifique d'articulation des relations en lignes. Cardon (2019) emprunte la terminologie de Robert Putnam (qui a proposé un concept reposant sur deux stratégies pour qualifier la façon dont les individus entretiennent leur capital social<sup>8</sup>) : le *bridging* (la seconde étant le *bonding*). *Bridging* vient de *bridge*, signifiant pont. Ainsi les individus sur TikTok constituent leur capital social en projetant quelque chose d'eux dans le but de créer un pont vers d'autres personnes, permettant d'étendre leur réseau vers des inconnus (Cardon, 2019). Il est donc fréquent de ne pas connaître tous ses abonnés et d'être dans une démarche d'augmentation de la visibilité. Cardon compare cette production de contenus devant attirer une population plus hétérogène socialement, géographiquement et culturellement que le cercle de relations habituel à des micros-médias : chaque individu va produire ou devenir relai d'une information. Romane.rz (entretien 2) se considère comme telle « *Je ne pensais pas que ma vidéo allait faire autant de vues mais je pense qu'elle a été le moyen de relayer l'information.* » et dans les commentaires aussi, des internautes appellent à propager l'information, comme shalauma\_gacha dans les commentaires de la vidéo 8 « *Tu peut partager pour que d'autres fille le fassent aussi sa aiderait beaucoup* 😊 ».

De plus, la construction du capital social *via* le système de pont va également dépendre de l'usage qui en sera fait par les individus.

Les espaces d'échanges numériques reconfigurent donc totalement la vie des sujets, leurs façons d'entrer en relation les uns avec les autres, pouvant se répercuter également sur la vie réelle. Le numérique prend une place toujours plus prégnante dans la société et même dans

---

<sup>8</sup> Le terme est défini dans la première partie du chapitre 5 (p 130).



la vie des individus. Début 2023, il y avait 22 milliards d'objets connectés<sup>9</sup> (selon une étude de marché de IoT Analytics) pour 5,4 milliards d'individus connectés, soit plus de 4 objets connectés par individu. Les technologies font dorénavant partie intégrante de la vie de la majorité de la population mondiale : elles s'infiltrèrent dans la vie quotidienne et l'internet des objets devient chose courante, nous laissant face à une sorte « *d'humanité pluggée à la technologie* » (Allard, 2015 : 130). Se dessine alors ici une nouvelle version du cyborg. Ce personnage de science-fiction, mi-humain mi-machine, est une réflexion sur le monde contemporain mobilisé dans les travaux de la philosophe et biologiste américaine Donna Haraway qu'elle définit comme « *un organisme cybernétique, un hybride de machine et d'organisme, une créature de la réalité sociale aussi bien qu'une créature imaginaire* » (Haraway, 1984, préface par L. Allard, 2007 : 20). Le temps passé et investi sur TikTok, et les RSN en général, sont tels qu'une lecture *via* le prisme de cyborg est possible : la vie en ligne de l'agent ayant un vrai impact dans sa vie réelle. Ainsi, d'un objet de divertissement ponctuel, les RSN imprègnent de plus en plus au quotidien, impactant les pratiques, en témoigne le succès des cafés dits « Instagrammables » ou encore les files d'attente dans différents lieux pour pouvoir prendre « la » photo qui fonctionne sur internet. Nous aurons l'occasion au cours de cette thèse de développer davantage l'imprégnation des RSN dans le quotidien des individus, revenons donc sur notre réflexion autour des nouveaux espaces publics.

Ayant questionné l'accessibilité de l'espace public en fonction du genre, il apparaît donc logique d'effectuer le même processus avec l'espace public numérique. Internet est arrivé comme un nouveau lieu de socialisation, permettant de faire entendre de nouvelles voix, de nouveaux discours traditionnellement exclus ou peu audibles dans les espaces publics traditionnels (Brun, 2020)

Sur la thématique de l'accès à l'espace numérique par les femmes, deux idéologies se sont opposées : le numérique comme outil émancipateur et le numérique comme outil de reproduction de la domination. Nous reviendrons plus en détails sur les différentes nuances du féminisme<sup>10</sup>, mais, au cours des années 1990, le cyberféminisme a émergé avec l'objectif de la visibilité des femmes dans l'espace numérique, ce qui allait contre l'idée de la deuxième vague féministe exposant la technologie comme un outil important dans la reproduction du

---

<sup>9</sup> *Smartphones*, téléviseurs, montres, tablettes, enceintes, ordinateurs, etc.

<sup>10</sup> Voir 3.3 L'imprégnation des thématiques sociales, le féminisme comme modèle (p 83).

patriarcat (Hübner et Pilote, 2020). Beaucoup de féministes issues de la deuxième vague ont dans un premier temps abordé la relation entre le genre et la technologie avec un fort pessimisme : selon elles, la masculinité était inscrite au sein de la machine, la technologie était donc perçue comme source du pouvoir masculin, façonnée par les hommes, en excluant les femmes. Donna Haraway, pionnière du cyberféminisme, considère le numérique comme des nouveaux outils de diffusion et d'engagement des femmes. Le féminisme numérique valorise la capacité d'agir des femmes lorsqu'elles s'approprient des techniques pour subvertir les dominations existantes (Hübner et Pilote, 2020). Il est utopique de souhaiter se positionner dans l'une des deux idéologies de façon figée : la nuance et les contre-exemples sont monnaies courantes pour les deux parties de l'équation. En 2012, un compte sur le RSN Tumblr est lancé par Anaïs Bourdet, une étudiante en graphisme, « Paye ta shneck », dans lequel elle recense les témoignages de femmes ayant expérimentées le harcèlement de rue. L'engouement est tel que, dans les années qui suivent, un grand nombre de comptes sur différents RSN se créent en proposant des variantes du concept originel : « Paye ta robe », « Paye ton gynéco », « Paye ta blouse », « Paye ta fac », *etc.* Cependant, la créatrice du compte évoque des violences « *inouïes, organisées, ultra violentes* » ayant l'objectif de faire sortir les femmes de ces espaces d'expression offerts par internet, provoquant une peur qui les faisaient s'extraire par elles-mêmes de ces espaces (Bastide, 2020). L'espace public numérique n'est donc pas une révolution donnant la parole à davantage de personnes : il a permis de faire évoluer des conditions de parole sans en résoudre tous les problèmes. Les RSN facilitent l'accessibilité à l'échange d'arguments appelant à une action ou une réaction publique. Reprenant l'exemple du harcèlement de rue, les témoignages sur les RSN ont permis la publicisation de la problématique ayant abouti à la verbalisation du harcèlement de rue en 2018. Considérer tout internet comme un espace public numérique serait utopique. Cardon (2019) parle d'internet comme d'un cimetière de contenu dans lequel 1% des contenus attire 90 % de l'attention. De plus, différents filtres vont s'opérer sur le contenu publié, mais nous y reviendrons au cours des chapitres 5 et 6.

Néanmoins nous pouvons tenter de nuancer en empruntant la notion d'espace « semi-public » de Danah Boyd (2010) afin de définir notre terrain d'étude. Initialement définie par quatre points (la persistance, la *searchability*, la reproductibilité et les « audiences invisibles »), Olivier Ertzcheid (2013) complète la définition avec deux autres éléments : le profilage et l'intégrité documentaire. Un espace semi-public se voit caractérisé tout d'abord par la persistance du propos qui demeure accessible bien après le contexte d'énonciation :

nous avons eu accès au terrain du #lundi14septembre plus d'un an après l'évènement et certains éléments restent encore accessibles à l'heure où ces lignes sont écrites mais aussi à l'heure où ces lignes sont lues. Nous avons recherché la mobilisation (*searchability*) mais nous l'avons également profilé. Profiler un propos signifie, qu'outre par les individus, la parole peut être investiguée par des organismes qu'ils soient commerciaux, institutionnels ou autres. Puis, le message produit dans cet espace semi-public peut être reproduit soit par mimétisme soit republié sur d'autres plateformes : une fois posté, il n'appartient plus au sujet. Cette reproduction peut alors échapper à l'individu, comme cela est arrivé à lilixass (entretien 3) qui ne s'attendait pas à avoir autant de visibilité (222 100 *likes*, 1 717 commentaires pour 77 800 abonnés donnant un taux d'engagement de 287,7%) « *En fait ce qui est dangereux avec TikTok c'est que euh bah tu peux faire genre un million de vues d'un coup et tu ne peux pas vraiment gérer la chose à part si tu supprimes mais tu ne peux pas le décider en fait et ça montait tellement vite, moi je ne m'en rendais pas compte. Et surtout un million de vues je ne me rendais pas compte de que c'était et de tout ce que cela pouvait prendre comme ampleur.* » et plus un contenu aura des vues, plus il aura des chances d'être reproduit « *je me suis faite afficher sur Twitter [...]. Et après j'ai été mise sur Insta via Twitter, encore plus compliqué. Y a tous les gens de ma ville qui me détestent qui m'ont affiché en story, qui ont repartagé ... ça a été compliqué genre* »

De cette reproductibilité découle l'intégrité documentaire de tous ces propos tenus dans l'espace semi-public qui va, le plus souvent, échapper complètement à la personne et lui construire une identité numérique voir même impacter son identité réelle, comme ce fut le cas pour lilixass (entretien 3) « *Le pire c'est que le CPE est tombé sur mes TikTok. Forcément quand ça fait un million de vues et que ça finit sur Twitter, c'est prévisible. [...]. Ça m'a donné une mauvaise image dès le départ donc ça a été un peu chiant. Et maintenant je sais que je ne peux plus venir ... mes tenues je dois vraiment faire attention alors que d'autres filles elles passent en short ça ne dérange pas mais le CPE va me sauter dessus donc euh voilà.* ». Enfin, l'individu s'exprime face à des « audiences invisibles » ce qui signifie que les récepteurs du message sont absents au moment de la formulation de celui-ci : le cheminement entre la publication du contenu et les interactions qui vont avec s'effectue durant plusieurs heures voire plusieurs jours et celui-ci passe par les calculs des algorithmes.

La vidéo 1 de notre corpus a été publiée le 12 septembre 2020 et le premier commentaire a été posté le même jour à 18h09. Au sein des 7 094 commentaires accessibles sous la vidéo, 28,74 %, soit 2 039 commentaires, ont été écrits le jour de la publication de la vidéo.

68,32 %, soit 4 846 commentaires, ont été écrits le lendemain, le 13 septembre 2020 et seulement 1,72 %, soit 122 commentaires, le 14 septembre. Les autres commentaires s'étendent jusqu'en décembre 2020. Même si 99,93 %, soit 7 089 commentaires, ont été postés l'année de la mobilisation, il en reste cinq (0,07 %) qui ont été postés en 2021 et 2022 (voir figure 7<sup>11</sup>). Le contenu proposé par maeva.a18 a été vu jusqu'à deux ans après sa publication.

Numéro commentaire	Pseudo	Nom	Date et heure	Likes	Commentaire
4427	<a href="#">pr3sl3y .07</a>	Presley	08/03/21 20:56:43	0	my two years of French helped me understand some of this
4428	<a href="#">xhellow.</a>	xhellow. _	22/04/21 17:16:24	0	C mon anniv le 14?!
4429	<a href="#">astra_rtx</a>	astra	18/07/21 12:54:48	0	c'est mon anniv
4430	<a href="#">.ruthq</a>	.	07/10/21 19:06:30	0	That's my birthday
4431	<a href="#">maayane.p</a> <a href="#">fg</a>	maâyan e	19/08/22 09:05:35	0	Prête pour mon anniversaire 🎂🎂🎂

Figure 7 – Extrait commentaires vidéo 1<sup>12</sup>

A travers les éléments de définition de la notion d'espace semi-public numérique, nous nous sommes rendues compte que ce terme correspondait davantage à notre sujet d'étude. Mais il faut garder à l'esprit que la notion d'espace public se caractérise à l'aide de propos publics répondant à des critères spécifiques leur conférant un intérêt général. Nous reviendrons au cours du chapitre 2 sur ces critères de publicisation et de modalité de parole. Pour l'heure il convient de présenter et questionner le fonctionnement du RSN qui a retenu notre attention pour cette thèse : TikTok.

<sup>11</sup> Pour ce premier tableau de commentaires, nous avons mis les en-têtes des différentes colonnes. Celles-ci seront similaires pour tous les autres tableaux de commentaires, nous ne les remettrons pas à chaque fois pour plus de lisibilité.

<sup>12</sup> Les commentaires, ainsi que tous les autres éléments textuels issus des vidéos, sont retranscrits sous forme de tableau ou dans le corps du texte, respectent la syntaxe et l'orthographe d'origine.

### 1.3 Présentation du cas d'étude, TikTok

TikTok est une application mobile développée par l'entreprise de nouvelles technologies chinoise ByteDance mais le concept originel est français. Mindie, créée en 2013 par Grégoire Henrion, Stanislas Coppin, Clément Raffenoux, Simon Corsin, était une application permettant de choisir un extrait vidéo et de le synchroniser avec une courte vidéo. L'année suivant sa création, Mindie part aux Etats-Unis où des célébrités mais aussi des personnalités influentes l'utilisent, parmi lesquelles Alex Zhu, un designer chinois expatrié aux Etats-Unis. S'inspirant de Mindie, il crée Musical.ly en avril 2014. En 2016, le RSN possède plus de 160 millions d'inscrits et a une moyenne de 12 millions de nouvelles vidéos par jour.

De l'autre côté du globe, ByteDance lance d'abord Douyin en 2016 uniquement pour le marché chinois. L'application reprend le même fonctionnement à la différence près qu'elle est soumise à la censure du gouvernement chinois. L'entreprise s'ouvre au marché occidental en lançant TikTok en 2017. En 2018, ByteDance rachète Musical.ly et la fusionne avec TikTok, créant une seule application, rassemblant un grand nombre d'utilisateurs. En 2023, l'application en compte 1,6 milliard<sup>13</sup> au total.

Ce RSN propose la diffusion de petites vidéos et s'axe donc sur le partage d'informations visuelles. Son objectif est d'être une plateforme de divertissement sans fin en proposant un flot ininterrompu de vidéos de façon immersive. L'interface de TikTok est composée de deux fils d'actualité : un appelé « Abonnement », accessible uniquement aux personnes possédant un compte et dans lequel l'utilisateur/l'utilisatrice va retrouver les vidéos des personnes auxquelles il/elle se sera abonné. Le second est appelé « Pour toi » : ce fil d'actualité est accessible à tout le monde, sans nécessité d'avoir un compte, dans lequel on retrouvera tout le contenu TikTok. Si la personne a un compte sur le RSN, alors ce fil « Pour toi » lui sera personnalisé grâce à l'algorithme. Utiliser un hashtag de visibilité augmente les chances pour un contenu d'apparaître dans le fil « Pour toi », cela permet à la vidéo de potentiellement se faire référencer dans la page d'accueil du RSN.

---

<sup>13</sup> *Le Blog du Modérateur*, consulté le 20 décembre 2023 <https://www.blogdumoderateur.com/chiffres-tiktok/>

Comprendre le modèle économique de TikTok permet de mieux appréhender son fonctionnement et les enjeux derrière son usage. Il est possible de segmenter la clientèle de l'application en trois : les spectateurs, les créateurs et les annonceurs.

Tout d'abord, nous allons nous intéresser aux spectateurs (appelés *viewers* dans le jargon de la plateforme). TikTok leur offre du contenu divertissant sur mesure grâce à ses algorithmes précis : plus le spectateur va regarder une catégorie de contenu qui lui plaît, plus il lui sera proposé des vidéos similaires, il rentrera donc dans une puissante bulle de filtres<sup>14</sup>. Ce concept, inventé en 2011 par l'américain Eli Pariser, est défini comme étant l'état dans lequel se trouve un internaute lorsque les informations auxquelles il accède sur internet sont le résultat d'une personnalisation mise en place à son insu. A partir des différentes données collectées sur l'internaute, des algorithmes vont sélectionner silencieusement les contenus qui seront mis en visibilité ou non pour lui. Le terme bulle de filtres renvoie à l'isolement produit par ce mécanisme : chaque internaute accède à une version différente du web, il reste dans une « bulle » unique et optimisée pour lui. Néanmoins pour André Gunthert (2016), la bulle de filtres est créée par l'individu à travers un mécanisme de reproduction sociale. Selon nous, il est nécessaire de prendre en compte les deux mais également les capacités du sujet, en fonction de son âge, de ses connaissances, de ses capitaux. La popularisation des savoirs liés au numérique permet aux individus de comprendre l'impact qu'ils auront sur leur propre fil d'actualité : s'ils veulent voir davantage d'un type de contenu, ils resteront plus longtemps sur les publications allant dans ce sens. Bien évidemment ces connaissances voire même la conscience des algorithmes ne vont pas de soi et encore bien des personnes, moins à l'aise avec le numérique ou issues de catégories d'âges assez jeunes ou plus âgées peuvent subir la bulle de filtres de façon plus passive : certaines personnes dans les commentaires expriment n'avoir « que ça » (du contenu à propos du #lundi14septembre) dans leur fil d'actualité. Si ces personnes ont interagi avec du contenu de ce type alors il devient logique que l'algorithme continue de leur en proposer.

Éric Georges (2019) précise que les plateformes, à l'instar de toute technologie, ne sont pas neutres : avec les algorithmes, certaines publications sont mises en évidence. C'est ce que l'on appelle une curation de contenu, c'est-à-dire que des contenus sont sélectionnés, édités et partagés en fonction de leur pertinence à la suite d'une requête sur le web. La curation

---

<sup>14</sup> Avec un fonctionnement « passif », il est plus compliqué à un individu de parvenir à sortir de sa bulle de filtres sur TikTok : en se contentant de swiper, il atterrit dans sa bulle sans s'en rendre compte

inclue un rôle actif dans la sélection de contenu, cela va encourager la pensée normative et décourager les idées dissidentes (Georges, 2019). Ces chambres d'écho vont perpétuer les biais de confirmation qu'ont les individus, érodant leur confiance envers les médias traditionnels et exposant le manque de discernement des usagères et usagers vis-à-vis des contenus véhiculés sur Internet (Allcoot et Gentzkow, 2017 *in* Georges, 2019). TikTok peut donc devenir un RSN très addictif pour ses usagers d'une part par ce contenu divertissement créé spécialement pour lui et d'autre part en les confortant dans leurs idées. Tout est pensé sur TikTok pour que la personne y reste le plus longtemps possible (dans ses premières versions, l'heure n'était pas visible depuis l'interface). Nous sommes ici dans une stratégie de captologie<sup>15</sup> pour la guerre de l'attention<sup>16</sup>.

De plus, TikTok donne une vision plus « innocente » de son contenu avec une illusion du « sur le vif », contrairement à Instagram où le contenu apparaît beaucoup plus construit et moins naturel. Bien évidemment, cela reste un leurre et les contenus qui fonctionnent le plus sont réfléchis et structurés. Afin de produire ce contenu pour les *viewers*, TikTok a besoin de créateurs. Le RSN parvient à les attirer facilement en ayant une faible barrière d'entrée : il est encore plus simple de produire sur TikTok grâce à l'éditeur de vidéo intuitif et à la multitude d'outils de créations *in-app* (quelques exemples de fonctionnalités additionnelles : ajouter des filtres, des effets, du texte, faire des duos, des collages, choisir l'audio, possibilité d'inverser la caméra, de modifier la vitesse, *etc.*). De plus, nul besoin de faire preuve d'une grande créativité car TikTok propose des challenges ou des danses à reproduire directement depuis l'application. Il y a la possibilité et la facilité apparente de pouvoir « percer » rapidement à l'aide de la « découverte organique ». Il s'agit d'un mécanisme effectué par l'algorithme qui va tester des vidéos de façon aléatoire afin de savoir s'il est pertinent de la montrer au plus grand nombre. Ainsi, il arrive qu'un utilisateur avec peu d'abonnés produise un contenu qui bénéficiera d'une forte visibilité de façon ponctuelle, comme liliass qui a vu sa vidéo faire près d'un million de vues ou encore d'autres vidéos issues de comptes avec peu d'abonnés qui ont vu leur contenu bénéficier soudainement d'une forte visibilité, mais sans devenir célèbres sur TikTok pour autant.

---

<sup>15</sup> Le terme est défini au cours du 5.2 Laisser des traces (p 150).

<sup>16</sup> Voir 2.2 Des relais de visibilité : l'accès à la publicisation (p 47).

Des célébrités TikTok perpétuent ce mythe. Prenons l'exemple de Charli D'Amelio, la personnalité la plus suivie sur le RSN jusqu'au 23 juin 2022. Elle fut la première à franchir la barre des cent millions d'abonnés alors qu'elle n'avait que 16 ans en postant des danses (Ebongué, 2021). Elle et sa sœur, Dixie D'Amelio, renvoient l'image de deux jeunes filles en apparence « comme les autres » ayant acquis une célébrité mondiale grâce à la plateforme, alimentant ainsi tous les fantasmes autour de TikTok comme ascenseur social, donnant célébrité et richesse. L'image de Charli D'Amelio est souvent reprise dans des vidéos sur le RSN, comme dans la vidéo 49 (ci-contre) de notre corpus : une vidéo de danse réalisée par Charli D'Amelio est reprise dans une vidéo de 11 secondes par oliviadr sur laquelle a été



Figure 8 - Capture d'écran vidéo 49

apposée du texte en rapport avec le #lundi14septembre « Message a toute les fille qui vois se tik tok. Le lundi 14 septembre. On s'habille tous de façons "provocant". Pour leur montrer qu'on s'habille tous comme on veux. Et que ces au gars de ce tenir » ainsi qu'une chanson française (Indila - Ainsi bas la vida).

De même, la vidéo 97 (ci-dessous) est une reprise directe de la vidéo de la tiktokeuse



Figure 9 - Capture d'écran vidéo 97

américaine Addison Rae, dansant dans un salon, sur laquelle il y a un appel direct à interagir avec la vidéo : différents vêtements ont été accolés sur le contenu originel et il est demandé aux internautes de voter en *likant*, s'abonnant, partageant, commentant.

Utiliser l'image de personnalités connues sur TikTok peut donner à l'internaute *scrollant* son fil d'actualité « Pour Toi » plus de raisons de s'arrêter sur la vidéo et ainsi influencer sur l'algorithme, qui mettra davantage en avant la vidéo.

Cependant, en s'intéressant de plus près aux contextes familiaux de ces deux jeunes filles, il apparaît que leurs pères sont des hommes d'affaires. Le père de Charli D'Amelio, qui s'est aussi essayé à la politique, a, dans la



même lignée que la famille Kardashian, mis sa famille en scène dans une émission de télé-réalité diffusée depuis septembre 2021 sur Disney +<sup>17</sup>.

Le père d'Addison Rae, quant à lui, est considéré comme le chef d'une des plus grandes familles de TikTok par *NBC News*<sup>18</sup>. La renommée et la richesse exposée par les personnes les plus suivies sur la plateforme donnent donc une image de facilité d'accès<sup>19</sup>. Evidemment, il est toujours possible de trouver des contre-exemples. Khaby Lame, premier tiktokeur mondial en 2024 avec plus de 161 700 000 abonnés, a immigré en Italie à l'âge d'un an, a vécu en logement social durant son enfance et a été invité à la cérémonie des Oscars en 2024. Il apparaît alors comme une figure d'exception pour qui TikTok a servi de véritable tremplin social.

TikTok a bien compris cette image renvoyée et communique sur la facilité (apparente elle-aussi) d'être rémunéré en créant du contenu grâce au « Fond de créateur ». Pour y avoir accès, trois conditions sont nécessaires : avoir 18 ans, avoir au moins 10 000 abonnés et totaliser au moins 100 000 vues sur les vidéos au cours des 30 derniers jours. Toutefois, les revenus oscillent entre 0,2 et 0,4 centime d'euro pour 1 000 vues. Lilixass (entretien 3), la seule parmi nos huit entretiens à être en agence, explique bénéficiaire de ce fond « *Je peux aussi me faire des sous grâce au fond de créateurs sur TikTok. C'est peu hein mais c'est genre des centimes mais après une fois tous les deux, trois mois tu peux avoir cent euros et c'est sympa* ». Les revenus varient en fonction du respect des règles du réseau et du taux d'engagement de la vidéo « *Le taux d'engagement est une donnée clé pour mesurer l'efficacité d'une publication sur les réseaux sociaux. Il reflète le niveau d'interaction des internautes, en réponse à un contenu partagé par une marque, une personnalité ou un autre émetteur, qui le diffuse sur le canal de son choix. Qu'il s'agisse de Facebook, Instagram, Snapchat, Youtube, Twitter ou TikTok, chacune de ces plateformes permet d'extraire un taux d'engagement. On peut le calculer avec une formule de base : l'ensemble des interactions divisé par la portée totale multiplié par 100* » (Ebongué, 2021 : p 157). Ainsi, TikTok encourage un contenu normé et qu'il vaudra tendance à l'aide de cet appel à la capitalisation.

---

<sup>17</sup> *Le Monde*, consulté le 11 mars 2021 [https://www.lemonde.fr/m-le-mag/article/2021/08/26/la-famille-d-amelio-court-apres-la-celebrite-des-kardashian\\_6092352\\_4500055.html](https://www.lemonde.fr/m-le-mag/article/2021/08/26/la-famille-d-amelio-court-apres-la-celebrite-des-kardashian_6092352_4500055.html)

<sup>18</sup> *NBC News*, consulté le 11 mars 2021 <https://www.nbcnews.com/tech/social-media/addison-rae-dad-family-hollywood-monty-lopez-tiktok-rcna37635>

<sup>19</sup> Voir Chapitre 7 La reconnaissance comme espace entre pairs (p 189).

De son côté, le RSN gagne de l'argent d'une part en prenant un pourcentage sur les dons faits par les *viewers* aux créateurs et créatrices de contenu et d'autre part grâce aux annonceurs : ceux-ci glissent leurs publicités au sein des flux de vidéos et il est parfois difficile de s'en rendre compte avant que le lien n'apparaisse sur la vidéo. Ainsi, les annonceurs touchent un public de plus en plus jeune.

Néanmoins TikTok reste un objet d'étude complexe de par l'opacité à la fois de son algorithme mais aussi de l'application en général qui subit régulièrement des questionnements autour d'une potentielle surveillance du gouvernement chinois et de son influence sur les opinions publiques. En mai 2023, l'Etat du Montana aux Etats-Unis avait décidé d'interdire aux magasins d'application mobile Apple et Google de distribuer TikTok, interdisant ainsi l'accès total à la plateforme avant que la loi ne soit jugée contraire à la Constitution par un tribunal fédéral américain<sup>20</sup>. En 2020 déjà l'ancien président des Etats-Unis Donald Trump avait annoncé vouloir interdire le RSN. Les rumeurs autour de l'interdiction de TikTok reviennent souvent en prétextant un potentiel espionnage par la Chine et le risque de fuite de données. Le 6 mars 2023, des élus américains de la Chambre des Représentants ont annoncé vouloir interdire TikTok aux Etats-Unis en proposant un texte de loi, soutenu à la fois par le parti Républicain et le parti Démocrate. Derrière cette alliance, il est possible de percevoir un enjeu économique et de rapports de force entre Etats : jusqu'à présent, les RSN utilisés mondialement étaient américains et dominaient le marché de façon exclusive, l'arrivée de TikTok a fait entrer la Chine dans cette course. Le texte de loi proposerait un ultimatum : soit le RSN disparaît des Etats-Unis soit ByteDance cède ses parts à une entreprise américaine. A l'été 2024, nous ne savons pas encore ce qu'il adviendra.

En France, depuis mars 2023, les fonctionnaires n'ont plus le droit d'installer des applications récréatives comme TikTok sur leur téléphone professionnel afin de limiter les risques d'espionnage<sup>21</sup>.

TikTok, en premier lieu, semble valider les différents mythes autour des bénéfices de la numérisation de l'espace public en proposant des modalités d'accès à la parole égales pour

---

<sup>20</sup> *Le Monde*, consulté le 9 mars 2024 [https://www.lemonde.fr/pixels/article/2023/12/01/tiktok-l-interdiction-dans-l-etat-du-montana-bloquee-par-la-justice\\_6203338\\_4408996.html#:~:text=En%20mai%2C%20le%20Montana%20avait,d'utiliser%20l'application](https://www.lemonde.fr/pixels/article/2023/12/01/tiktok-l-interdiction-dans-l-etat-du-montana-bloquee-par-la-justice_6203338_4408996.html#:~:text=En%20mai%2C%20le%20Montana%20avait,d'utiliser%20l'application)

<sup>21</sup> *BFM Tech & Co*, consulté le 11 mars 2024 [https://www.bfmtv.com/tech/cybersecurite/france-les-applications-recreatives-dont-tik-tok-interdites-sur-les-telephones-des-fonctionnaires\\_AN-202303240332.html](https://www.bfmtv.com/tech/cybersecurite/france-les-applications-recreatives-dont-tik-tok-interdites-sur-les-telephones-des-fonctionnaires_AN-202303240332.html)

tout un chacun. Cependant, en s'y attardant de plus près, il s'agit d'un RSN dont la visibilité est partielle et régie par de puissants algorithmes opaques. De ce fait, TikTok répond à une logique de fonctionnement socio-économique (Bouquillion et Matthews, 2010). Présentant une facilité d'accès, la parole et l'audibilité de celle-ci n'est pour autant absolument pas garantie et le sentiment de non-professionnalisme s'estompe avec la création de nouvelles expertises, sur lesquelles nous reviendrons dans la dernière partie du chapitre 5. Ainsi, TikTok peut avoir les traits et l'apparence d'un espace public numérique mais son système de fonctionnement même l'en empêche. Néanmoins, il peut garder un rôle dans le processus de publicisation d'une thématique publique.

## Chapitre 2

### Le processus de publicisation d'une revendication sociale

La notion d'espace public demeure polysémique et le concept en lui-même a été aux prises avec les évolutions technologiques. Après avoir discuté la notion et l'avoir appliquée au cas spécifique de TikTok dans le chapitre précédent, nous considérons que le cas d'étude ne pouvait être qualifié d'espace public numérique. Néanmoins, il reste indéniable que les RSN en général et TikTok en particulier ont un rôle et un impact dans le quotidien des individus et même dans la vie publique. Au cours de ce chapitre, nous reviendrons sur la définition d'un problème public et son processus de publicisation afin de comprendre en quoi le #lundi14septembre relève de cette notion. Ayant émergée sur internet, l'étude de cette mobilisation nous amène à discuter de ce que le numérique change dans le processus d'émergence d'un problème public.

#### 2.1 Le mécanisme de publicisation, définition du problème public

Lorsqu'une revendication émerge dans l'espace public, c'est qu'une situation problématique est mise en avant. Celle-ci débute lorsque des individus perçoivent et évaluent un ou plusieurs événements néfastes pour une partie de la population (Dewey, 1927). Ils doivent être confrontés à cette situation ayant des conséquences sur eux. Ainsi, les personnes peuvent s'interroger, discutent afin de définir le problème, ses causes, ses responsabilités et ses facteurs (Dewey, 1927). Dans le cadre du #lundi14septembre, la naissance du mouvement se trouve, rappelons-le, dans la création du compte Instagram (Borda Révolte) avec la mise en lumière du fait qu'un lycée refusait l'entrée à des lycéennes si elles n'étaient pas assez couvertes. En exposant ce propos sur internet, d'autres jeunes ont partagé des expériences similaires de discrimination quant à leur accès à l'éducation et leur droit de choisir leurs vêtements en raison de leur genre. « *Robes, jupes, shorts trop court(e)s, un petit nombril à l'air.. nous n'avons pas accès à l'école. #Lundi14septembre* » peut-on lire sur le tweet de Nmi.clr repris dans la vidéo de \_iamseven7 (vidéo n°47) ou encore « *Personne n'as le droit de s3xu aliser votre corps [...] Un débardeur n'est pas indécent, il va faire chaud vous avez le droit de ne pas mourrir de chaud en manches longues* » écrit laureauvray sur sa vidéo

(vidéo n°52), des propos auxquels ont été apporté de nombreux soutiens à travers des *likes* ou des commentaires. Partant du théorème de Thomas, élément central de l'école de Chicago résumé par la célèbre formule « *If men define situations as real, they are real in their consequences*<sup>22</sup> » (Thomas, 1928 : 572), si ces lycéennes définissent leur situation comme problématique alors c'est qu'il existe des discriminations liées à leur genre pour leur accès à l'éducation (signifier que ce problème existe ne signifie pas pour autant qu'il existe partout). Ceci renvoie aux problématiques autour du corps des femmes, évoquées précédemment<sup>23</sup>. En parlant d'une expérience commune, les lycéennes ont créé un champ d'expérience collective et il semble déboucher sur un problème que l'on pourrait qualifier de public.

La notion d'*agency* de Butler va nous aider pour la suite de notre réflexion. L'agentivité en français est défini comme étant « *la capacité à faire quelques avec ce qu'on fait de moi* » (Butler, 2006 : 15). En tant que sujet, l'individu est constitué par des rapports de pouvoir dont il dépend mais sur lesquels il pourra agir (Marignier, 2015). Les lycéennes du #lundi14septembre sont soumises au règlement intérieur de leur lycée, néanmoins le collectif dans le cadre d'une mobilisation peut leur permettre d'être entendues et d'avoir une influence sur ce règlement. Evidemment, de nombreux facteurs vont entrer en jeu : le système de valeurs de l'établissement, l'ouverture des responsables d'établissement à différentes thématiques, *etc.* Dans la vidéo de traficdecam (vidéo 84), la lycéenne explique qu'ils ont réussi à sensibiliser le personnel de direction de son établissement « *Il y a eu un conseil d'administration et à l'issue ils ont dit que c'étaient à nos parents de juger si la tenue était décente ou pas pour venir en cours. Du coup on peut venir en crop top si nos parents sont d'accords. Et du coup on a reçu un mail, genre tous les parents et tous les élèves ont reçu un mail, je vous le mets juste après.* » et elle a exposé une capture d'écran du dit-mail (voir figure 10).

---

<sup>22</sup> « Si des hommes définissent des situations comme réelles, elles sont réelles dans leurs conséquences. »

<sup>23</sup> Voir 1.1 Aux origines de l'espace public (p 15).

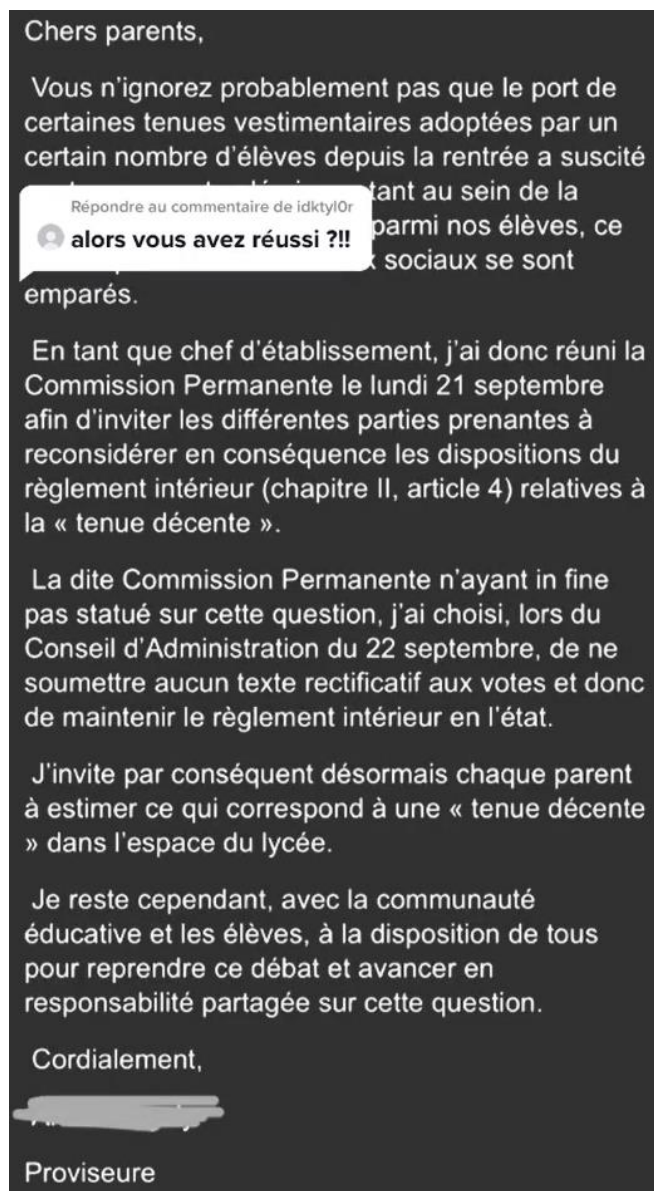


Figure 10 – Capture d'écran vidéo 84

Lors d'un entretien réalisé avec une des lycéennes du mouvement (Anonyme 1 – entretien 4)), la jeune fille a confié qu'elle avait pu discuter de la thématique avec le directeur et qu'il avait « *trouvé ça bien* ». Elle était en lycée public.

Mais cette possibilité d'échange n'est pas forcément une généralité : souvent, notamment dans les lycées privés le dialogue semble rompu. Elsa-tlsp (entretien 6) est déléguée, elle explique essayer de faire bouger un peu les choses car « *y a un moment on ne peut pas mettre de tee-shirt à bretelle par exemple car on voit nos épaules, on ne peut pas mettre de jean à trous parce qu'on voit nos genoux. Il y a des surveillants qui nous scotchaient les jeans ou alors ils nous mettaient une feuille A4 et ils nous scotchaient la feuille sur le jean !* ». Tout

comme elsa-tlsp, lilixass (entretien 3) est dans un lycée privé catholique « *mon CPE m'a direct pris et il m'a dit si machin et tout, il a appelé mes parents, il m'a fait mettre une blouse et m'a renvoyé chez moi pour me changer. Et de là il a dit à mes parents qu'il allait me virer, que c'était pas possible, bref ça a pris toute une ampleur, j'ai eu rendez-vous avec le directeur et après avec le directeur j'ai pu en discuter et voilà.* ».

L'agentivité de ces lycéennes reste donc à nuancer : internet leur offre un lieu de rassemblement, leur permettant d'expérimenter leur capacité d'agir, néanmoins la réalité peut s'imposer à elles et les resituer dans une posture de soumission dans un dispositif normé et scolaire. Nous mobiliserons la notion de dispositif telle que discutée par Michel Foucault (1975) et l'appréhenderons comme étant un ensemble résolument hétérogène de différents éléments entre lesquels il y a des jeux, des changements de positions, *etc.* Il a pour vocation de créer une norme qui perdura en étant portée par les agents. Le dispositif représente un ou des instruments de pouvoir censés donner une direction de conduite aux individus : les lycéennes suivent les règles de leur établissement scolaire ayant l'objectif de les éduquer. Dans l'étude des commentaires, la vision du lycée comme un apprentissage pour le monde du travail revenait régulièrement en servant d'argument d'opposition au mouvement, comme nous pouvons le voir dans l'exemple tiré de la vidéo d'elsa-tlsp (voir figure 11). Pour Foucault, il s'agit d'un dispositif de pouvoir tenant grâce à la discipline des individus qui vont l'intégrer de façon à ce qu'il ne soit plus considéré comme contraignant. Cette discipline tient par la peur de la sanction permettant d'homogénéiser les élèves et de stigmatiser les déviants<sup>24</sup>. La sanction peut passer par cette stigmatisation. Elsa-tlsp (entretien 6) raconte « *là c'est la nouvelle mode là en ce moment, les filles qui mettent des crop tops ou des tee-shirt trop court, ils leur mettent un tee-shirt du lycée, bien rouge, bien flashy et du coup on se retrouve avec des groupes de filles qui ont des tee-shirts rouges à manches courtes pour cacher les épaules ou les trucs comme ça* » mais aussi par l'appel à un autre dispositif, celui de la famille « *moi mon établissement ils en ont viré plusieurs parce que c'était très trop court ou alors ils appelaient les parents, ils donnaient des conseils d'éducation, de discipline* ».

---

<sup>24</sup> Voir 3.2 Se revendiquer en se réappropriant (p 77).



24		oceaneglina		14/09/20 17:17:57	4	c'est logique dans le monde du travail tu t'habilles pas comme tu veux il y a des codes à respecter
	24-1	sweetxchaos_	yacoutfaress	14/09/20 19:22:41	4	ça n'a rien avoir avec la paye. l'ecole te prepare au monde du travail
	24-2	auriaeverdeen	auriaeverdeen	14/09/20 19:48:51	3	Je suis totalement d'accord qu'il y a une tenue à respecter pour le travail, ou les lycées pro, mais pas dans le général, pas sous 36 degrés
	24-3	albamouseburg	Alba Mouseburg	14/09/20 18:41:57	2	On n'est payé à la fin du mois non.
	24-4	albamouseburg	Alba Mouseburg	14/09/20 19:23:58	1	Non
	24-5	renate_kanza	Renate_K	15/09/20 00:39:39	1	Mais lol ma chérie on est pas bête non plus on sait qu'il fait pas arriver en crop top à un entretien d'emploi mai là tu va à un cour de math calm toi
	24-6	sweetxchaos_	yacoutfaress	14/09/20 19:50:07	0	travail qui fait qu'il y a une distinction entre la vie personnelle ou professionnelle
	24-7	this.is_satire	ldk	14/09/20 21:19:51	0	Alors quoi on va y allé en costume ?
	24-8	oceaneglina		15/09/20 05:42:16	0	et alors tu viens pour étudier / travailler je suis désolée mais tu viens pas habillé comme ça et ça à toujours été ça et c est normal selon moi .
	24-9	renate_kanza	Renate_K	15/09/20 20:50:07	0	toi même tu la dit on vien pour étudier et je pense qu'on devrait se sentir bien dans les abit qu'on porte pour étudier
	24-10	renate_kanza	Renate_K	15/09/20 20:56:16	0	je pense que tant que tu a des bonne note et que tu sait te mettre au travail je vois pas en quoi la tenu cause problème.
	24-11	alii.pnt	Ali	18/09/20 05:15:30	0	Y a les études supp pour ça
	24-12	alii.pnt	Ali	18/09/20 05:16:09	0	Oh mon dieu elles ont mis des jupes, ça va changer leur façon de travailler oh mon dieeeeu

Figure 11 - Extrait commentaires vidéo 15

Les lycéennes de ce mouvement ont donc fait émerger une problématique qui est devenue publique, car il existait un risque collectif (Cefaï, 2016). Se mobiliser, ce n'est pas uniquement exposer des revendications particularistes. Se mobiliser c'est prétendre viser un bien commun, profitable au plus grand nombre. Au cœur du #lundi14septembre, des discours d'inclusion émergent : les lycéennes ne font pas ça uniquement pour elles-mêmes et pour avoir le droit de porter des *crop tops*, elles souhaitent que tout un chacun puisse se vêtir comme bon lui semble. L'extrait proposé (voir figure 12) est issu de la vidéo 11 (il ne montre qu'11 des 37 commentaires liés à la thématique afin de garder de la lisibilité) et il est possible



de voir la volonté d'inclure les garçons mais également les lycéennes qui portent le voile. Margaux\_ltlr, émettrice de la vidéo 11, répond à plusieurs des commentaires allant dans ce sens et le propos tenu dans sa vidéo soutient la dimension collective et inclusive de la mobilisation. On peut y lire « *Prêt pour demain ? #lundi14septembre. Fille ou garçon, tu es invité à combattre les normes vestimentaires ridicules imposées à l'école. Porte ton meilleur crop top. Fais passer le message. Short. Jupe. Make up. Accessoire. Talons. Pièce originale. Pièce imposante, différente, qui te représente vraiment. Décolleté. Robe. Soutenons nous ! Que ça fasse évoluer les choses, il est temps ! Sois toi-même ! Montre toi comme tu es: casse les codes !* »

73		johanna.peep	♂	13/09/20 15:29:45	0	JE VEUX VOIR TOUT LES MECS EN CROP-TOP DEMAIN
87		ash.lynx_6	Takemichi <333	13/09/20 15:35:01	0	Pour se qui porte le voile c aussi valable
101		fergiemendes	fergiemendes	13/09/20 15:39:31	0	les filles musulmane mettait vos voile aussi ?
104		marylou.ags	l o u u	13/09/20 15:41:40	0	Et pour les religions egalement les filles qui veulent porter le voile porter le !
136		syr.tns	?	13/09/20 15:54:54	5	mettez le voile celle qui doivent l'enlever !
151		h.a.h.f.67	hiba amal	13/09/20 15:58:50	0	#portetonvoilla liberté parle de tout le monde donc mettez vos voiles si vous le voulez les filles 😊
162		vixtor_sch	vixtor_sch	13/09/20 16:01:33	0	Et les mecs on fait quoi ??
201		jaimlespates	Mimii♥	13/09/20 16:13:41	1	Et si je met mon voile ?
	201-1	margaux_ltlr	Margaux_ltlr	13/09/20 16:43:11	0	C'est toi qui voit ! C'est le même message, il faut que ça soit normalisé, mais fait attention à toi quand même
247		Rurutkn	Ruken	13/09/20 16:36:11	1	et le voile ?
	247-1	margaux_ltlr	Margaux_ltlr	13/09/20 16:40:19	0	Chacun son idéal, et pour moi le but du # c'est de porter ce qu'on aimerai porter d'habitude, donc voile, habits courts, ou très original

Figure 12 - Extrait commentaires vidéo 11

Cette dynamique collective va permettre de faire émerger un problème et le public qui lui est lié : la liberté vestimentaire des lycéens et les lycéennes. Se distingue alors une rupture qui semble basée sur l'âge, mais nous y reviendrons par la suite au cours du chapitre 8.

Une fois la situation problématique définie, afin qu'un pouvoir d'action ait lieu, il est nécessaire qu'elle soit publicisée. « *Publiciser, c'est [...] sortir le problème de l'ombre* » (Cefaï, 2016 : 37), c'est lui apporter une visibilité<sup>25</sup>. Cependant publiciser n'est pas publier : publier vise à porter à la connaissance du public quelque chose de terminé alors que publiciser vise à rendre public la réflexion autour d'une thématique (Moeglin, 2018). Ici se complexifie notre objet d'étude. L'élément de départ réside dans l'acte de lycéennes, celui de poster leur ressenti sur un RSN (ce qui est peut-être une chose faite quotidiennement), l'émotion va donc prendre une place prédominante. Néanmoins, comme nous l'avons conclu précédemment, même si l'émotion nuit à l'espace public habermassien, la numérisation de ce dernier a reconfiguré les modalités de la parole. De l'émotion peut ensuite naître un débat public. De plus, rappelons-le, TikTok n'est, au mieux, qu'un espace semi-public numérique, et la création d'un problème public naît d'un événement produisant des effets négatifs sur un public. La négativité est une réaction affective qui provoque un sentiment chez l'individu. Elle est donc une émotion. Les lycéennes étudiées cherchent à porter à la connaissance du plus grand nombre, à rendre visible leur problématique. En partie tenue par des outils restrictifs, la réflexion demeure infime, réduisant le propos à un seul discours autorisé<sup>26</sup>. Néanmoins elles ont été le premier relai de la publicisation de cette thématique. Pour Habermas, on parle de publicisation lorsqu'arrive de façon concomitante la mise en visibilité et la mise en débat. Pour ce faire, les individus doivent avoir les capacités de se mobiliser en groupe ou en collectif (Gilbert et Henry, 2012) et c'est une possibilité offerte par les RSN. Grâce à la facilité d'échanges et d'accès avec des personnes non pas proches géographiquement mais proches dans l'âge, la façon de penser et l'idéologie, rendue possible grâce à la visibilité en phare de TikTok, des lycéennes ont pu échanger entre elles et lancer une mobilisation. Elles ont bénéficié de relais, que nous présenterons dans la partie suivante, ayant permis à la fois la mise en visibilité à travers les instances médiatiques et la mise en débat à travers les instances institutionnelles. Reprenant les propos de Cefaï (1996), les bases

---

<sup>25</sup> Voir 5.1 Le besoin de visibilité pour exister (p 125).

<sup>26</sup> Voir Chapitre 9 Pour une compréhension de ces nouveaux espaces (p 237).

de la construction du problème public ont été posées par les lycéennes, puis celui-ci a été stabilisé par des relais ayant davantage de poids. La problématique liée au choix des vêtements dans les établissements scolaires existe alors dans une dynamique de production et de réception de récits aussi bien descriptifs et interprétatifs que dans des propositions de solution (Cefaï, 1996). Dans la vidéo 33 de fabeurz (voir figure 13) elle montre la personnalisation d'une chemise sur laquelle elle inscrit une solution régulièrement reprise « *Eduquez vos fils* ».

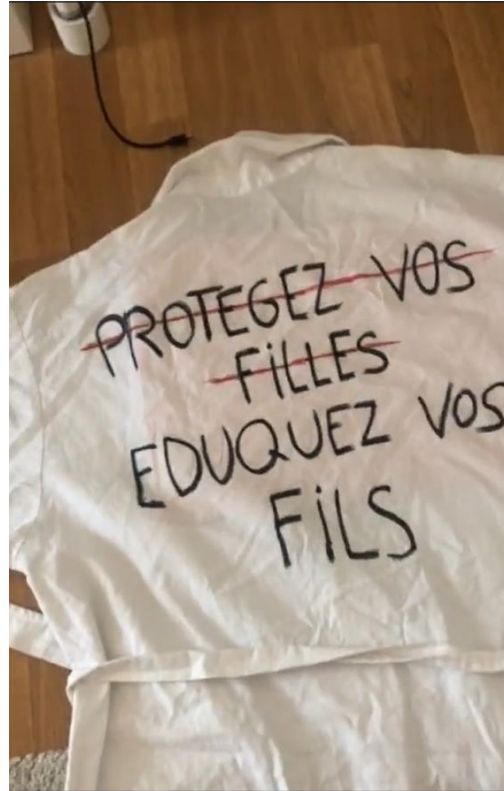


Figure 13 – Capture d'écran vidéo 33

Ainsi, le propos sous-jacent à la mobilisation du #lundi14septembre définit un problème public pointé du doigt par des adolescentes, remplissant la première étape du processus de publicisation.

## 2.2 Des relais de visibilité, l'accès à la publicisation

La médiation d'une expérience collective est essentielle pour qu'une mobilisation soit publicisée, c'est-à-dire qu'elle devienne réellement publique. Cependant, de nombreuses situations pouvant être thématiques comme urgentes ou dommageables sont passées sous silence par les médias ou ignorées par l'opinion publique. Les problèmes publics dont nous avons discuté précédemment se trouvent aux prises avec ce que Daniel Cefaï (1996) appelle l'attention publique. Celle-ci va être orientée sur des thèmes d'attention et laissera de côté de nombreuses thématiques. Les différents éléments mobilisés durant le processus de publicisation viendront impacter et orienter l'attention publique, même s'il reste compliqué d'établir un cheminement strict : les contextes, l'agenda médiatique ou même la météo auront des impacts qui ne seront pas toujours estimables. Par exemple, au sein des commentaires de la vidéo 8, grenadydyne fait référence aux températures météorologiques du moment « *toute façon lundi 35 degrés les gars donc bon* » tout comme pauline\_mxnancien « *C'était déjà prévu il fait 36°C donc bon* » exposant bien l'impact du

climat sur la mobilisation : s'il avait fait plus froid, il n'est pas certain que le mouvement ait eu lieu. De plus, il ne faut pas oublier que le public est constitué d'individus variés.

Le mouvement *Me Too* en est un parfait exemple. Initialement, l'hashtag a été créé en 2007 par la militante américaine Tarana Burke dans le but de créer une chaîne de solidarité entre les victimes de violences sexuelles. Pourtant, ce n'est que dix ans après qu'il a vraiment réussi à avoir un retentissement international. Il a été repris par l'actrice et productrice Alyssa Milano en 2017, puis par d'autres célébrités et ce n'est qu'à ce moment-là qu'il a retenu une attention publique internationale. Ces relais disposent d'une visibilité préexistante au problème, avant que celui-ci ne devienne public. Ils ont accès à des scènes d'expression dans des médias de par leur célébrité (dans le cadre de la campagne promotionnelle d'un film par exemple) et leur parole sur les RSN a plus de chance d'être entendue de par des audiences plus grandes.

Ainsi, ces relais vont entrer dans la construction de l'opinion publique, au même titre que les médias. Ces entités portent à l'attention du public des thématiques auxquelles il ne s'était pas forcément beaucoup intéressé auparavant. Lorsqu'un problème public est mis à l'agenda, c'est-à-dire à partir du moment où il devient public et visible, les pouvoirs publics seront interpellés sur la thématique : dans le cadre du #lundi4septembre, son processus de publicisation a abouti à des réactions de la part du gouvernement. Le mouvement a bénéficié d'un contexte favorable à sa publicisation : en septembre 2020, les températures avoisinaient encore les 30 degrés, pérennisant l'été et ses tenues légères, pour lutter contre la chaleur. De plus, quelques jours avant le début du mouvement, le mardi 8 septembre 2020, le musée d'Orsay interdit l'entrée à une jeune femme en raison de son décolleté. Celle-ci relaie son histoire sur les RSN. L'information se propage ensuite rapidement sur internet et aussi dans les médias, provoquant un véritable *bad buzz* pour le musée, accusé de sexualiser la poitrine de la jeune femme (selon elle, si elle n'avait pas de poitrine, on ne lui aurait rien dit) au sein d'un lieu exposant des nus de Renoir et Courbet<sup>27</sup>. Le lendemain, le musée présente ses excuses. On peut faire l'hypothèse que ces deux éléments ont favorisé le contexte pour l'émergence et la publicisation du #lundi14septembre, lui créant ainsi un cadre de réception.

---

<sup>27</sup> France Bleu, consulté le 18 octobre 2022 <https://www.francebleu.fr/infos/societe/paris-une-jeune-femme-se-voit-refuser-l-entree-du-musee-d-orsay-a-cause-de-son-decollete-1599665773>

L'attention publique étant une ressource rare, de véritables compétitions se déroulent dans les arènes publiques (Hilgartner et Bosk, 1988) et ces compétitions accentuent les processus de courses à l'attention, rendant l'attention publique encore plus rare. De nombreux pans de la société participent à cette culture de l'immédiateté, en témoignent la fugacité des tendances, des *buzz* (qu'ils sont bons ou mauvais) et des publications sur les RSN. Par exemple, Snapchat base son fonctionnement sur du contenu accessible durant 24h (les stories Facebook et Instagram ont pris le même fonctionnement). Sur TikTok, lorsqu'un contenu est vu, il disparaît ensuite dans la banque de contenu de la plateforme et les chances pour que la personne revoie la même vidéo sont infimes. Les individus investissent du temps pour créer un contenu court, retenir quelques secondes l'attention des utilisatrices et utilisateurs avant que leur travail disparaisse dans le néant du net et de recommencer à nouveau. L'évolution du capitalisme, mêlé au développement d'internet aura détruit l'attention (Stiegler, 2014). En voulant sans cesse accrocher l'attention, l'originalité devient l'ordinaire, une course à la créativité se met alors en place, cherchant toujours de nouvelles stratégies, à travers une économie de la jetabilité. On pense notamment à l'obsolescence programmée ou encore à des enseignes comme Primark proposant douze nouvelles collections par an (contre six pour ses principaux concurrents). Est créée la désirabilité matérielle, mais également du divertissement. Plus il y aura du choix de contenu, plus les internautes en consommeront et plus ils seront aux prises dans une surabondance informative : plus consommer pour plus se divertir. C'est comme s'ils créaient eux-mêmes ce déficit d'attention en s'enfonçant consciemment dans cet océan de contenu. Des individus se laissent simplifier la vie, se laissent mécaniser leur quotidien par des machines (Besnier, 2010), semblant perdre leur libre-arbitre, leur liberté. Par-delà la surconsommation matérielle (et donc la jetabilité des produits), le sujet, avec la subjectivation du produit, va se considérer lui-même jetable (Stiegler, 2014). Cette forme particulière de l'économie de l'attention participe à ce que Bernard Stiegler appelle un processus d'autoconsommation de soi à travers la consommation des objets.

Ainsi, des normes se créent<sup>28</sup> et finalement, l'originalité devient obsolète : il faut se conformer pour être visible et correspondre à l'opinion publique. L'opinion publique sera l'idéologie dominante à un moment donné, celle à laquelle il est bien vu de se raccrocher, celle promue dans la sphère politico-médiatique. Dans la lignée de la pensée de Bourdieu

---

<sup>28</sup> Voir 6.1 Produire du contenu standardisé pour TikTok (p 161).

(1956), nous réfutons l'idée d'une opinion publique unique pour défendre la thèse d'opinions publiques multiples. Nous définissons l'opinion publique comme étant le résultat de l'interaction entre les individus et leur environnement social (Noëlle-Neumann, 1989), de ce fait, l'opinion publique sera celle majoritaire dans un environnement social donné. L'individu va évoluer sur une scène dans laquelle il va devoir se conformer aux règles dominantes, ne laissant parfois que peu de places aux avis dissidents et ceux-ci ne seront (presque) pas écoutés<sup>29</sup>. Lorsque nous évoquerons la notion d'opinion publique, nous préciserons à chaque fois laquelle il s'agit.

Mais revenons au mouvement du #lundi14septembre. Il a, dans un premier temps, bénéficié de visibilité grâce à des médias numériques, lieux de son émergence. Cependant la légitimité d'une publicisation semble s'acquérir grâce à des supports médiatiques plus traditionnels dans un second temps. Ainsi, des internautes se sont étonnés et enthousiasmés du relai de leur action sur des médias télévisuels (voir figures 14, 15 et 16).

85	<a href="#">mathilajenelo</a>	Les quen	14/09/20 14:11:04	0	Moi. j'ai. réussi et on passe sur m6 se soir
188	<a href="#">raaachellll</a>	R	14/09/20 15:19:11	0	tu as vu le mouvement est passé au info sur m6
250	<a href="#">elise.gueraradd</a>	♀	14/09/20 15:34:17	0	On est passer dit M6 !

Figure 14 - Extrait commentaires vidéo 3

277	<a href="https://www.instagram.com/leyla">https://www.instagram.com/leyla</a>	leyla ☆	14/09/20 13:19:00	0	mon lycée est passer à la Télé sur M6 ils ont parlé du mouvement j'étais tellement fiere
345	<a href="#">camille_rts0</a>	Camille	14/09/20 14:53:03	2	C'est passer sur m6 !!!
453	<a href="#">lou_cbt</a>	lou ♀	14/09/20 16:42:35	0	ON EST PASSERRR SUR M6
468	<a href="#">louanne_74</a>	Lou-Anne	14/09/20 17:17:26	0	Soyez fière c'est passer sur m6 !!

Figure 15 - Extrait commentaires vidéo 13

72	<a href="#">lulu.444445</a>	Lu	14/09/20 18:03:21	0	On passe à TF1!!!!
51	<a href="#">imntuser</a>	€	14/09/20 17:39:57	6	Y av un reportage dessus sur Bfmtv

Figure 16 - Extrait commentaires vidéo 15

<sup>29</sup> Voir Chapitre 9 Pour une compréhension de ces nouveaux espaces (p 235).

On remarque donc une différence entre les médias télévisuels et les médias numériques : pour certaines des personnes ayant participé au mouvement, le fait d'avoir bénéficié d'une couverture médiatique télévisuelle était une véritable victoire. La question des relais féministes et politiques n'est pas évoquée, ce qui montre une recherche de visibilité, de reconnaissance plutôt que le souhait de transformation de leur mobilisation en problème public. Le mouvement du #lundi14septembre est donc parvenu à être publicisé dans un premier temps grâce aux RSN. Ceux-ci vont avoir un rôle d'amplificateur de la sphère médiatique et vont influencer sur le traitement médiatique d'une information : si un hashtag parvient à monter en tendance, il va attirer l'attention des journalistes, aura plus de chance d'avoir une couverture médiatique et donc plus de visibilité.

Dans les années 1980 déjà, Patrick Champagne (1984) traitait de l'importance des médias dans la publicisation des mouvements sociaux en utilisant l'expression « manifestation de papier ». Se mettre en scène médiatiquement permet d'obtenir des articles ou du temps d'antenne. Ainsi, le processus de publicisation par les médias mobilise différentes modalités d'activation d'expression et d'acteurs (ou publics). Hélène Romeyer et Amirouche Moktefi, ont souligné l'importance de l'interdisciplinarité comme étant un élément favorisant les controverses et permettant une mise en visibilité d'une thématique apparaissant comme relevant de l'intérêt public. L'objectif est de créer « *des lieux de débat, de polémique ou de controverse, lieux où s'expriment des témoignages, des expertises, des délibérations entre participants* » (Romeyer et Amirouche, 2013 : 39). Néanmoins, les groupes ont une capacité inégale à se mobiliser (Neveu, 1999). Reprenant la conclusion du chapitre précédent, le fonctionnement de TikTok est régi par des algorithmes et des logiques économiques, ce qui empêche un accès égal et invalide l'hypothèse d'un RSN comme espace public numérique. Il apparaît légitime de se questionner quant à son utilisation : les groupes ont-ils tous la même possibilité de se mobiliser grâce à cet outil, en apparence plus accessible ? Nous répondrons à cette question lors du chapitre suivant, restons pour l'heure sur les relais médiatiques du #lundi14septembre.

Dans son processus de publicisation, le mouvement a bénéficié du relai de différents médias, influençant l'agenda médiatique (France Inter, M6, Libération, Konbini, *etc.*). Afin d'avoir une idée plus précise du traitement médiatique de cette action, nous avons constitué un corpus grâce à Europresse, des articles, parus entre le 10 et le 20 septembre 2020 dans la presse française et qui mobilisaient l'hashtag lundi14septembre. Dix-huit articles sont ressortis en dix jours mais parmi ceux-ci, les quatre premiers, parus dans *Midi Libre* avant

le 14 septembre, ne traitent pas du mouvement. De façon générale, les articles de *Midi Libre* ne traitent pas de ce mouvement. Ils ont été répertoriés en raison de fautes de frappe du journal, qui écrit ses dates sans espace (lundi14septembre), ce qui fait tomber notre corpus à quatorze articles (cf Annexe 10 p 360). L'AFP publie un papier le jour du mouvement « *"Tenue correcte" exigée: des lycéennes revendiquent de s'habiller comme elles veulent* » et évoque un « *flou juridique* » entourant les règlements scolaires pointés par l'Union nationale des lycéens (UNL) « *les jugements qui sont faits rejoignent souvent des stéréotypes sexistes* », affirme Mathieu Devlaminck, président de l'UNL. M. Devlaminck sera également repris dans l'article de *Sud Ouest* du 19 septembre 2020.

Ce n'est qu'une fois l'action réalisée qu'elle sera reprise davantage dans la presse. Le journal *Libération* publie quatre articles le 18 septembre en rapport avec le #lundi14septembre à travers lesquels la parole est donnée à différents protagonistes et avec différents points de vue : d'abord des lycéennes « *On cherche juste une tenue confortable pour aller en cours. Alors oui, on porte des crop-tops quand il fait 30 degrés, c'est normal. Sinon on a trop chaud, pose Alix, 16 ans.* », « *Moi, ça va, il n'est pas trop court non plus. Si je lève bras, on aperçoit le haut de mon ventre. Mais parfois, on voit presque le soutif de certaines filles.* » Car pour elle, « *il y a quand même des limites à avoir !* » Lesquelles ? « *Il ne faut pas venir avec une minijupe par exemple.* ». Ensuite à des instances publiques (le ministère de l'Éducation Nationale, le Haut Conseil à l'Égalité) ou encore à des sociologues (Gabrielle Richard). Le traitement médiatique réalisé par *Libération* expose une mise en débat du mouvement, remplissant ainsi une partie du processus de publicisation.

La mise en visibilité, quant à elle, a été apportée par l'appui et le soutien de plusieurs personnalités : celui de la ministre déléguée chargée de la citoyenneté (en 2020) Marlène Schiappa (qui a tweeté : « *Aujourd'hui #lundi14septembre des jeunes filles ont décidé spontanément partout en France de porter jupes décolletés crop top ou maquillage pour affirmer leur liberté face aux jugements & actes sexistes. En tant que mère, je les soutiens avec sororité & admiration 🤝👏* »), celui du collectif NousToutes qui a publié des post pour soutenir l'action (« *Nos tenues ne sont pas le problème. Le problème, c'est le harcèlement, les agressions et les viols. Soutien à toutes celles et ceux qui refusent la culpabilisation des femmes. #lundi14septembre* ») et qui a proposé aux lycéennes de partager sur leurs comptes les pétitions des lycées, celui de la militante française Caroline De Haas, celui de la chanteuse belge Angèle, etc.



Ces femmes, outre une certaine renommée, ont un point commun : elles sont assimilées à une idée populaire du féminisme. Caroline De Haas et Nous Toutes sont identifiées comme féministes militantes, Angèle en exprimant son engagement féministe dans ses chansons et dans ses interviews est perçue comme une « icône féministe<sup>30</sup> » et Marlène Schiappa, ayant occupé le poste de Secrétaire d'État chargée de l'Égalité entre les femmes et les hommes et ayant été très visible médiatiquement, revendique une image féministe. Le journal *La Voix du Nord* évoque ces relais dans son article du 16 septembre « *Le principe ? S'habiller de manière « provocante » pour lutter contre les discriminations sexistes. Le hashtag a largement été relayé sur Instagram par des associations féministes, mais aussi par des stars, dont la chanteuse Angèle.* » La notion de sexisme ressort également d'autres articles, celui du *Journal de Saône et Loire* du 15 septembre « *Minijupe, décolleté ou nombril apparent : répondant à un appel sur les réseaux sociaux, des lycéennes et collégiennes ont défié lundi la « tenue correcte » exigée par la plupart des règlements des établissements, qu'elles estiment sexistes.* » ou encore *Libération* « *Au-delà de sa tenue à l'école, Shana rêve que « filles et garçons soient égaux [...] » le 18 septembre.* Ce renvoi régulier aux rapports entre les femmes et les hommes laisse présupposer une essence féministe à la mobilisation, qui est présentée comme une action pour lutter contre les inégalités entre les femmes et les hommes. La publicisation du #lundi14septembre laisse donc apparaître un mouvement qui a les caractéristiques d'un mouvement féministe. Ainsi, il donne l'illusion d'être animé par une justice sociale et donc de viser la *res publica* (Cefai, 2007). La mobilisation s'est publicisée en tentant d'engager les pouvoirs publics : plusieurs membres du gouvernement ont réagi à la mobilisation. Jean Michel Blanquer, l'ancien ministre de l'Éducation Nationale, de la Jeunesse et des Sports, avait pris la parole au micro de *BFM TV* en se positionnant défavorablement au mouvement : « *Il serait temps que l'on ait dans notre pays, sur ce genre de sujet, des positions équilibrées, entre ceux qui veulent qu'on ne voit pas leur visage, et ceux qui veulent avoir des tenues de tous ordres. Je pense qu'il y a tout simplement une sorte de grand bon sens que l'on doit avoir.* » Le président Emmanuel Macron, lui aussi interpellé à ce sujet lors d'un déplacement dans le Gers, évoquait également « *le bon sens* ». Ces deux prises de paroles allaient à l'encontre de celle de Marlène Schiappa, alors qu'ils appartiennent au même groupe politique.

---

<sup>30</sup> *RTL*, consulté le 23 mai 2023 <https://www.rtl.fr/culture/musique/angele-comment-est-elle-devenue-une-icone-feministe-pour-toutes-les-generations-7900168267>

La réponse publique apportée au problème public reste abstraite, non palpable sur le moment : il s'agit uniquement de paroles évoquant l'avis de membre de gouvernement sans que celui-ci ne soit développé ou argumenté. Les propos sont repris dans les articles de notre corpus « *'Le bon sens vaut mieux qu'un long règlement en la matière' a expliqué Emmanuel Macron pour répondre à la polémique des 'tenues correctes exigées' au lycée. [...]Le président rejoint ainsi la position du ministre de l'Éducation nationale Jean- Michel Blanquer. Lundi ce dernier avait prôné 'une position d'équilibre et de bon sens'. 'Il suffit de s'habiller normalement et tout ira bien', avait-il balayé.* » peut-on lire dans l'article de *Sud Ouest* du 19 septembre.

De l'élément déclencheur à la réponse du président de la République, en passant par une mise en visibilité et en débat, le #lundi14septembre, en bon élève, semble être l'illustration parfait d'une publicisation réussie. Le mouvement aura été éphémère et perdra de sa visibilité à peine une semaine après avoir eu lieu, que ce soit sur internet (voir figures 5 et 6, p 24-25) ou dans les médias. De plus, aucune réponse concrète n'a été apportée en termes de législation que ce soit en faveur ou défaveur à la suite de cette action. Bien que, trois ans après, le 31 août 2023, Gabriel Attal, alors ministre de l'éducation nationale et de la jeunesse, a interdit dans une circulaire le port de l'abbaya dans les écoles, collèges et lycées publics, considérée comme une manifestation ostensible d'appartenance religieuse interdite par l'article L. 141-5-1 du code de l'éducation, issu de la loi du 15 mars 2004<sup>31</sup>. L'abbaya est une robe longue à manches, considérée comme un vêtement traditionnel culturel féminin dans les pays arabes (pays du Maghreb, du golfe Persique, *etc.*). La problématique soulevée reste similaire, à savoir la législation autour des vêtements portés par les jeunes filles et les jeunes femmes.

Mais revenons en 2020. La mise en débat provoquée autour du #lundi14septembre sur TikTok semble laisser la possibilité à chacun d'exprimer son avis sur la thématique et donc de permettre une capacité de mobilisation assez égale entre les différents publics présents sur le RSN.

---

<sup>31</sup> Communiqué de Presse, 25 septembre 2023. Décision en référé n<sup>os</sup> 487896 et 487975

## 2.3 La démocratisation des pratiques liées à l'influence, la fin d'une situation de parole idéale

Avec l'avènement des RSN, de nouvelles formes d'expertises se sont créées, notamment autour de l'influence en ligne. Cependant, l'influence demeure un concept flou et encore très discuté en SIC : cette notion en tant qu'objet de recherche mobilise différentes approches et définitions (Alloing. C, Cordelier. B et Yates. S, 2021). Ce terme fut analysé à travers la notion de conformisme aux majorités (Crano, 2012) puis a été assimilé au pouvoir, en évoquant un rapport asymétrique entre une source et une cible, supposant un « dominant » capable d'autorité, de crédibilité et de prestige, face à un « dominé » qui en serait dépourvu (Laurens, 2014).

Parler d'influence ne signifie pas être face à un individu passif qui verrait son opinion entièrement dictée par un autre sujet, le tout à des fins mercantiles, politiques ou autres, bien qu'il s'agisse de l'objectif visé *in fine*. Dans le cadre de notre étude, il s'agit de l'influence sous un prisme numérique et il n'est pas question d'être une sorte de gourou des temps modernes dictant des achats ou des idéologies à une communauté dénuée de toute réflexion : maintenir un échange est essentiel et c'est grâce à cet échange que l'on peut estimer un espace public. Bernard Miège (2010) évoque des conditions de parole, assez improbables, avec des individus supposés à la fois libres et égaux que nous révoquons dans cette partie.

Afin de participer à l'espace public, Habermas définit un cadre dans lequel les individus doivent s'engager : la situation idéale de parole. Bernard Miège (2010) définit plusieurs conditions de symétrie nécessaires afin de remplir ce cadre. Les individus participant au débat doivent proposer des argumentations discursives. De ce fait, chacun doit, d'une part, disposer d'une chance égale d'initier et de continuer la communication, d'exposer ses positions. D'autre part, il doit également pouvoir présenter des assertions, des recommandations et des explications sur son propos. Enfin, il doit être capable de demander à une autre personne participant de se justifier tout en étant lui-même capable de le faire si besoin. Nous sommes ici dans des conditions de réciprocité. Cette situation idéale de parole est une utopie rarement atteinte mais cruciale pour une démocratie. Nous la mobiliserons en tant que référence normative afin d'évaluer le #lundi14septembre.

Le mouvement étudié a eu lieu sur TikTok et le RSN a lui aussi vu l'arrivée des nouvelles formes d'expertises que nous venons d'évoquer amenant de nouvelles professions : « les influenceurs », « les créateurs de contenu », autant de termes qui tentent de les désigner. Tout comme l'influence, les métiers qui prétendent s'y rattacher restent dans un flou définitionnel. Néanmoins, en janvier 2023, le gouvernement a lancé un dialogue pour une concertation citoyenne sur la question de la régulation des métiers d'influenceurs et a déposé une proposition de loi en mars 2023. La loi 2023-451 du 9 juin 2023 donne la définition suivante : les influenceurs sont des « *personnes physiques ou morales qui, à titre onéreux, mobilisent leur notoriété auprès de leur audience pour communiquer au public, par voie électronique, des contenus visant à faire la promotion, directement ou indirectement, de biens, de services ou d'une cause quelconque exercent l'activité d'influence commerciale par voie électronique* ». Ainsi, les enjeux de l'influence sur les RSN évoluent notamment autour de notions marketing avec une recherche de vente et de bénéfice mais également en transformant l'individu en produit qui va chercher à se façonner, s'adapter et se construire autour d'un objectif. S'exposer sur les RSN, c'est se mettre en scène, c'est choisir d'utiliser tel et tel RSN, de publier telle ou telle photo, de donner telle ou telle information sur soi. Sans diplôme prérequis pour devenir influenceur, il semble que tout à chacun puisse le devenir et que chaque individu soit placé dans une démarche de *personal branding*<sup>32</sup>, plus ou moins réfléchie. On présuppose que plus la communauté est grande, plus il y aura une stratégie derrière l'exposition de soi.

Dans le cadre du #lundi14septembre, qui sont les personnes qui ont publié du contenu ? Peut-on parler d'influenceur ? Pour démarrer notre réflexion, nous ferons un lien entre les individus que nous étudions et ce que nous appellerons les niveaux d'influence, non pas dans le sens d'un potentiel impact (et, de ce fait, d'une potentielle influence) mais afin de servir de base pour la classification des comptes. Nous nous appuyons sur les chiffres donnés par l'ASA (*Advertising Standards Authority*) qui est l'organisme d'autorégulation de l'industrie de la publicité au Royaume-Uni.

- Les nano-influenceurs : de 1 000 abonnés à 20 000 abonnés
- Les micro-influenceurs : de 20 000 abonnés à 100 000 abonnés

---

<sup>32</sup> La notion est définie dans la première partie du chapitre 5 S'exposer sur TikTok, se mettre en scène : nouvelles formes d'expertises (p 125).

- Les macro-influenceurs : dès 100 000 abonnés
- Les méga-influenceurs : à partir du million d'abonnés

Nous avons ajouté une catégorie que nous avons nommée « non-influence » pour les individus ayant moins de 1 000 abonnés.

Dans un numéro de *Communication & Organisation* paru en 2021 sous la direction de C. Alloing, S. Yates et B. Cordelier, les chercheuses Simona De Iulio, Laurence Depezay, Susan Kovacs et le chercheur Patrice de La Broise parlent de « micro-célébrité » avec un corpus de compte allant de 1 943 à 104 000 abonnés (couvrant donc trois niveaux d'influence de notre catégorisation). Ils évoquent les propos de « la chercheuse Theresa Senft (200 : 16) [qui] affirme que les micro-célébrités sont des « non-acteurs en tant qu'interprètes » qui se mettent en scène « sans manipulation manifeste » et sont donc considérées comme plus « réelles » que les célébrités des médias de masse ».

Voici le résultat de la catégorisation des comptes de notre corpus :

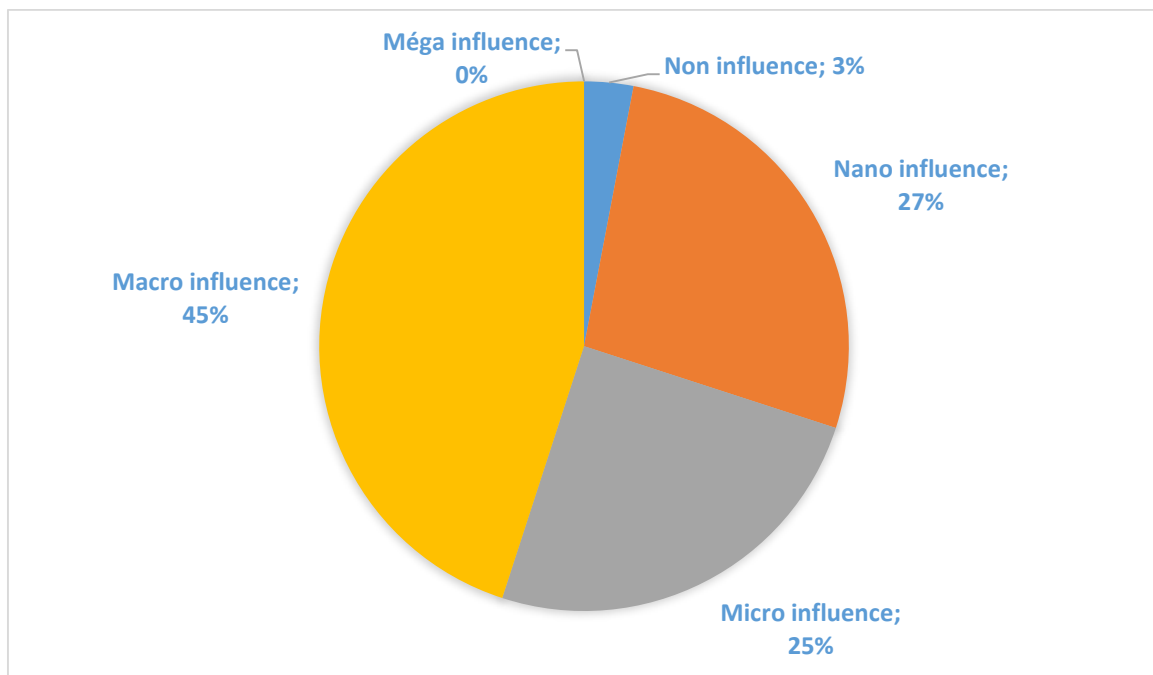


Figure 17 - Catégorisation des comptes TikTok en fonction de leur niveau d'influence

Nous remarquons une prédominance de compte avec un niveau de macro-influence, avec 45% et l'absence de compte ayant un niveau de méga-influence. Nous sommes donc

uniquement face à ces « micro-célébrités » que nous évoquions précédemment. Ces personnes se sont mises en scène sans volonté de manipulation manifeste et elles sont apparues comme plus réelles, plus ancrées dans la réalité permettant une appropriation du mouvement par le plus grand monde.

En classant ces catégories en fonction de la date de diffusion de la vidéo (ci-dessous), nous constatons une tendance : les comptes de nano et micro influence sont plus nombreux le samedi, puis, dès le dimanche, les comptes de macro-influence apparaissent pour devenir majoritaires le lundi 14 septembre, le jour de l'action, avec un effectif de 63 %. Se dégage ici une volonté de ces personnes de s'emparer et de mobiliser l'engouement né durant le week-end. C'est également le lundi que le mouvement a bénéficié d'une couverture médiatique et a reçu les soutiens de personnalités liées, de façon directe ou indirecte, au féminisme : l'intérêt et la visibilité du mouvement dans les espaces publics auront été le plus fort le lundi, quand auparavant, il était l'apanage d'adolescents et d'adolescentes qui souhaitaient se rebeller contre une autorité. Toutefois, il existe une réelle différence d'enjeux et d'objectifs entre les différents niveaux d'influence, dont nous traiterons un peu plus loin.

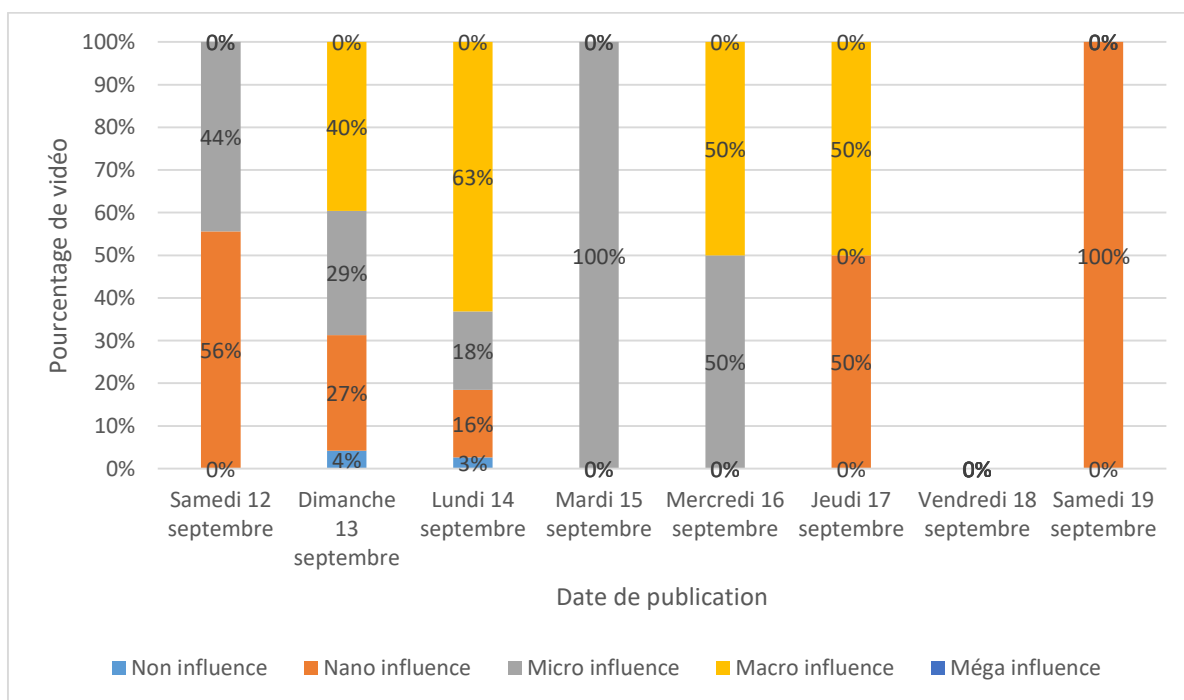


Figure 18 - Répartition des statuts d'influence par jour

La popularité du #lundi14septembre a permis à ces vidéos de provoquer un nombre important d'engagements (*like*, commentaires, etc). Trois vidéos ont bénéficié de la découverte organique<sup>33</sup> grâce à la forte visibilité du mouvement : les vidéos 34, 40 et 64. L'utilisation de hashtag de visibilité pour les vidéos 34 et 64 leur ont également permis d'accroître leur taux d'engagement :

- « ✨solidarité féminine ✨ #lundi14septembre #liberationdu14 #fy #fyp #pourtoi #foryoupage #pourtoipage » - (vidéo 34)
- « Ça les touche qu'on soit plus fraîches que ces vieux boomer sexistes 😊#lundi14septembre #pourtoi #14septembre #balancetonbahut #fyp » - (vidéo 64)

Ce qui nous donne pour chacun de ces trois vidéos :

<b>Vidéo</b>	<b>Nombres d'abonnés</b>	<b>Taux d'engagement</b>
34	852	2 493,6%
40	405	6 980,3%
64	118	4 682,3%

Figure 19 - Taux d'engagement des vidéos de non-influence

Nous appelons hashtag de visibilité les hashtag « *fy* », « *fyp* », « *pourtoi* », « *foryoupage* », « *pourtoipage* ». Ces hashtags favorisent les chances qu'a un contenu d'apparaître dans le fil d'actualité « Pour toi ». En 2023, le hashtag #fyp est le plus utilisé avec plus de 18,5 trillions de vues<sup>34</sup>. Utiliser ces hashtags ne suffisent évidemment pas pour qu'un contenu devienne viral ou bénéficie d'une importante visibilité, l'heure et le jour de diffusion (en fonction de la cible que l'on souhaite toucher) ont également un rôle, tout comme les tendances du

<sup>33</sup> Le terme a été défini page 35.

<sup>34</sup> *Le Blog du Modérateur*, consulté le 20 décembre 2023 <https://www.blogdumoderateur.com/chiffres-tiktok/>

moment de la plateforme ou encore la qualité du contenu. Connaître et maîtriser les enjeux liés aux algorithmes reste cependant difficile, de par l'opacité qui les entoure.

Passons maintenant au taux d'engagement concernant les comptes de nano-influence. Le taux d'engagement moyen est de 1 017,8 %. Nous remarquons un pic montant à 7 324,1 % pour la vidéo 10, ce qui semble être une exception. Si nous l'excluons, alors la moyenne tombe à 753,5 %.

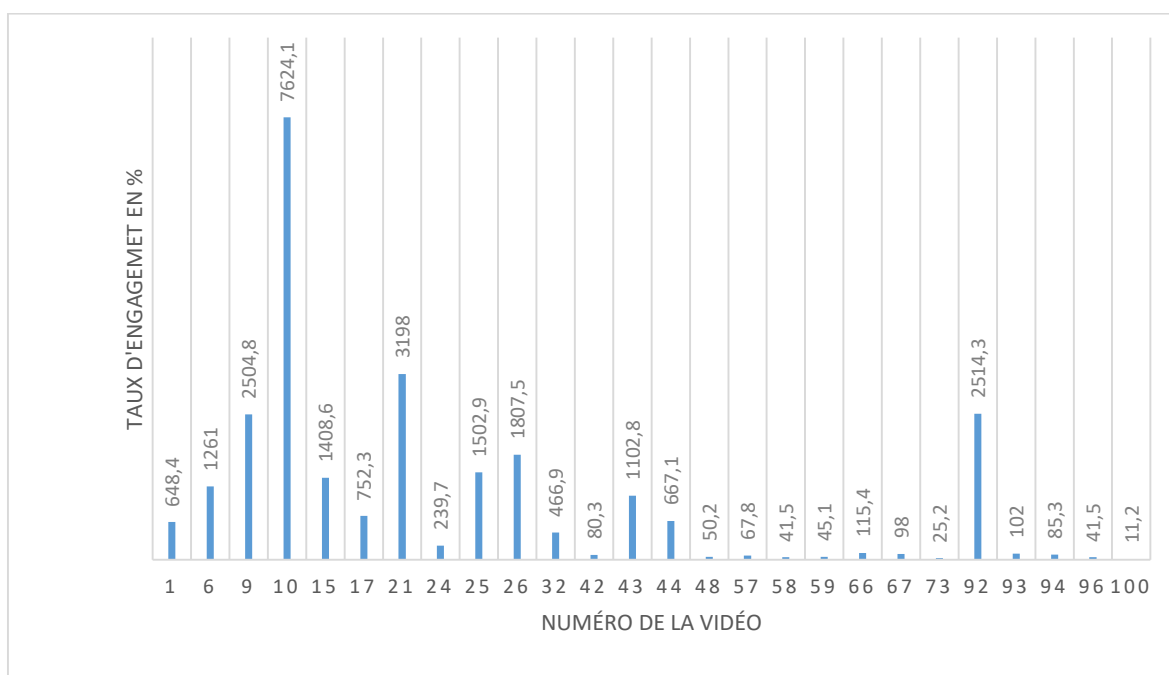


Figure 20 - Taux d'engagement par niveau d'influence (nano-influence)

Nous remarquons que dès que la barre de la micro-influence est passée (pour rappel, à partir de 20 000 abonnés), le taux d'engagement moyen est de 91,2%. La vidéo 4 est cependant une exception avec son taux d'engagement de 1022,1% et impacte cette moyenne : si nous l'excluons, la moyenne tombe alors à 55,4%.



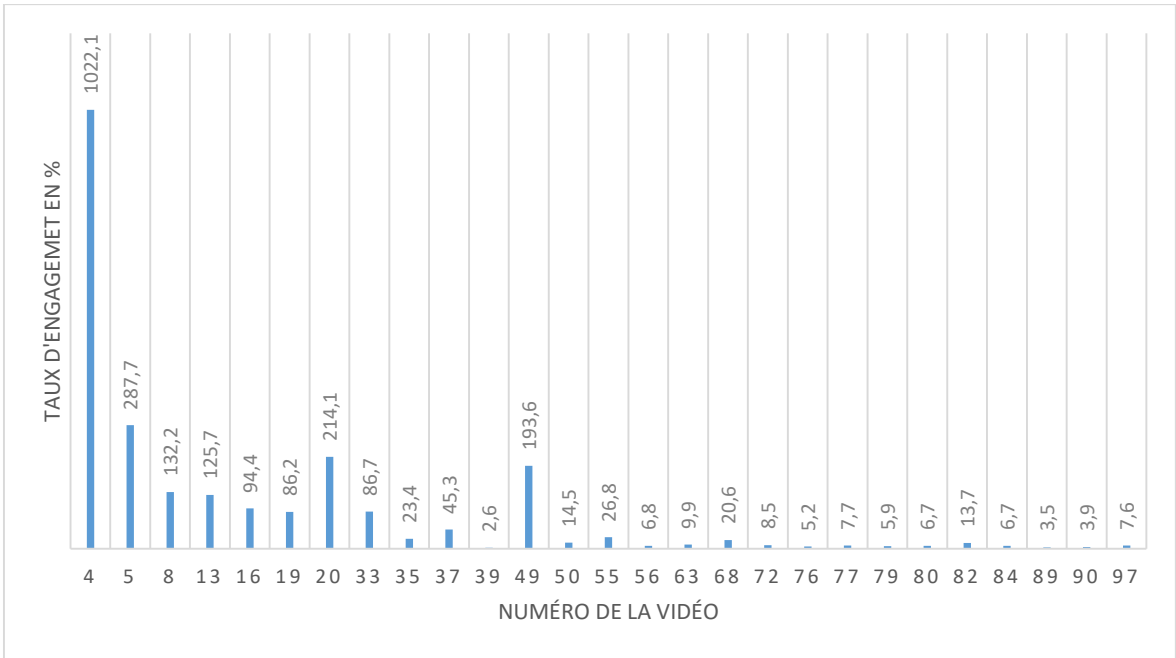


Figure 21 - Taux d'engagement par niveau d'influence (micro-influence)

Pour les comptes de macro-influence, les 90% du taux d'engagement sont difficilement atteints et la moyenne est de 12,6%.

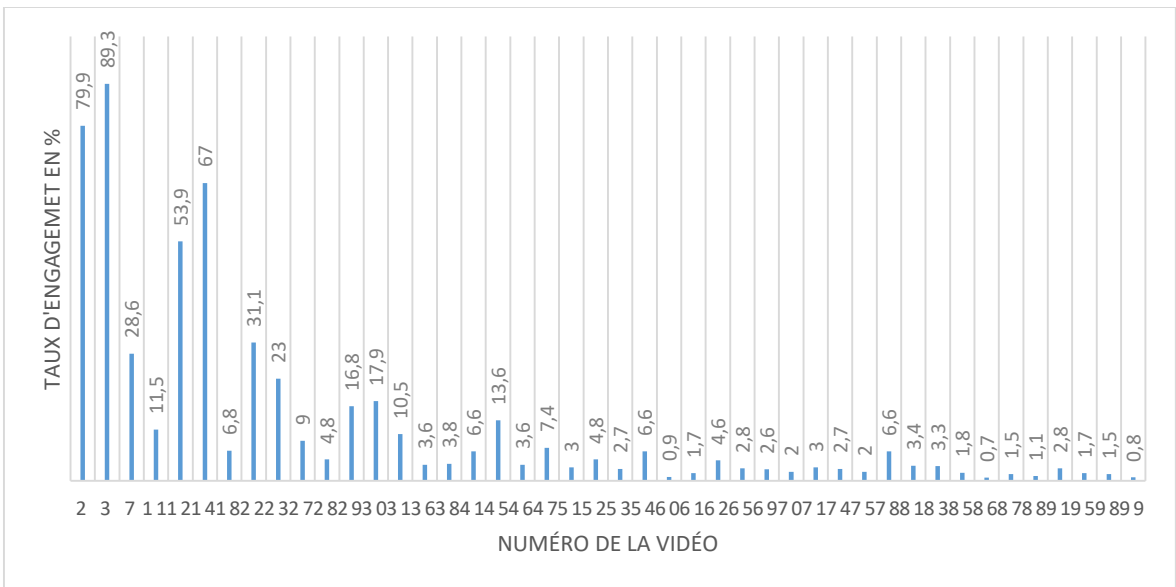


Figure 22 - Taux d'engagement par niveau d'influence (macro-influence)

Il semblerait que les comptes de non-influence et de nano-influence aient bénéficié de l'engouement du mouvement, tandis que les comptes de micro et macro influence soient

dans un taux d'engagement plus habituel à leurs contenus. En effet, en 2020, le taux d'engagement moyen (dans l'ensemble du contenu proposé) considéré comme étant bon est de 17,5%<sup>35</sup>. Nous constatons alors que la majorité des vidéos de notre corpus ont eu un fort taux d'engagement, grâce à l'impact lié au mouvement du #lundi14septembre, qui fut grand mais éphémère (condensé principalement sur deux jours : le 13 et le 14 septembre).

Les comptes de non-influence et de nano-influence font partie de notre corpus grâce à un concours de circonstances, cet accès à la parole et à la visibilité sur TikTok a été rendu possible grâce à l'engouement éphémère mais fort du mouvement.

Néanmoins, nous remarquons une forme de mimétisme<sup>36</sup> au sein du corpus, quel que soit le niveau d'influence du compte : le mimétisme dans l'imaginaire va donner de l'influence (Alloing, 2022) car on reproduit des choses qui fonctionnent. Ces similitudes traduisent la volonté d'être trending sur TikTok. Par exemple, les algorithmes de la plateforme vont favoriser les audios qui sont tendance sur la plateforme et TikTok va encourager ses utilisateurs et utilisatrices à les utiliser en leur proposant directement une liste de lecture regroupant les titres les plus populaires de la plateforme.

Nous avons vu précédemment que l'espace public avait subi des transformations avec le numérique, tout comme l'arrivée des RSN a entraîné avec elle des nouvelles formes de communication qui ont totalement reconfiguré le lien social en donnant naissance à de nouvelles façons de penser (Georges, 2010). Dominique Cardon (2015) rappelle qu'un nombre croissant de domaines se retrouvent aux prises avec le numérique ainsi toutes ces informations sont structurées et organisées par algorithmes : nous sommes dans une société des calculs. Les pratiques ont évolué, la société s'est numérisée et tout cela davantage lors de la crise de la Covid 19. Le numérique peut dorénavant s'appliquer au lien social, à l'identité, la surveillance, la culture, *etc.* Eric Georges confirme également « *le terme numérique est en effet maintenant présent partout et s'applique à presque toutes les activités de nos sociétés capitalistes avancées* » (Georges, 2019 : 4). Cette modification intensive de notre société s'est accompagnée de ce que l'on peut appeler le mythe d'internet, présenté par Bernard Miège comme « *une mythologie contemporaine faite de récits imaginaires qui se sont diffusés d'autant plus facilement qu'ils étaient présentés comme des technologies [...]* »

---

<sup>35</sup> Kolsquare, consulté le 10 décembre 2023 <https://www.kolsquare.com/fr/blog/comment-ameliorer-son-taux-dengagement-sur-tiktok>

<sup>36</sup> Voir Chapitre 6 La reproduction des groupes dominants (p 161).

*propres, douces en quelque sorte – des technologies issues directement de la recherche scientifique, extérieurs au monde industriel tel qu’il s’était imposé depuis la première révolution industrielle ainsi qu’au calcul économique, se renouvelant sans cesse et susceptibles d’appropriations personnalisées par ses différentes catégories d’utilisateurs tout en apportant des solutions pour partie économiques aux attentes de l’humanité. »* (Miège, 2020 : 20). Dans son ouvrage de 2020, Fabien Granjon révoque ces mythes au cours d’une revue de littérature sur la disparité des usages sociaux de l’informatique connectée en passant notamment par les courants du « *technical access* » et du « *social access* ». Le « *technical access* » s’intéresse aux niveaux d’accès à Internet en fonction de plusieurs indicateurs. Les disparités numériques ont d’abord été « *imputées à des carences dans l’aménagement des territoires (Strover, 1999)*» (Granjon, 2020 : 16). C’est encore le cas à l’heure actuelle : les individus subissent un accès à internet inégal de par la technique, que ce soit avec la couverture du réseau (fibre, 4G, 5G), les bugs (et la capacité ou non de les gérer/résoudre seul et spontanément) ou encore la qualité de la connexion.

Toutefois, les niveaux de la fracture numérique sont nombreux : l’accessibilité financière, la catégorie socioprofessionnelle, le niveau de certification scolaire ou encore l’âge. L’usage du numérique diffère donc selon ces critères :

- L’accessibilité financière : pour accéder à Internet, il est nécessaire d’avoir au moins un outil prévu à cet usage (ordinateur, smartphone, tablette). Plus nous aurons ces outils, plus nous aurons accès à internet, à ce qui s’y passe (et à la possibilité d’y contribuer) tout au long de la journée. Toutefois, il faut garder à l’esprit que ces équipements ont un coût. Une personne ayant accès à Internet uniquement depuis son ordinateur professionnel n’a pas forcément le même rapport qu’une personne ayant un smartphone, une tablette et un ordinateur personnel avec accès à Internet : plus les équipements sont variés, plus l’accès à Internet peut être présent, quelle que soit la situation. De plus, il faut également payer un ou des abonnements pour accéder à Internet. Il faut prendre en compte les ressources financières d’une personne ou d’un foyer : la pauvreté est une réalité, en 2021, 9,1 millions de personnes vivaient sous

le seuil de pauvreté<sup>37</sup>. En France, ce seuil de pauvreté monétaire a été établi à 1 102 euros par mois en 2019. L'INSEE montre qu'en 2019, les inégalités d'équipements en matière d'ordinateur et d'accès à internet persistent en fonction du niveau de vie. Il y a 83 % des ménages qui possèdent un ordinateur et 96 % un téléphone portable mais les 10 % des plus modestes ne sont que 68 % à posséder un ordinateur 75 % d'un accès à internet<sup>38</sup>.

- La catégorie socioprofessionnelle et la certification scolaire<sup>39</sup> : Granjon explique que l'hérédité sociale tient encore une place prédominante dans la construction du capital numérique d'un individu ainsi que dans l'utilisation de l'informatique connectée. Parmi les peu/pas diplômés, 57 % n'ont pas d'ordinateur chez eux, 46 % ne se connectent pas à internet, 76 % n'ont pas de tablette, 63 % n'ont pas de *smartphone* et 17 % n'ont pas de téléphone portable. En développant une économie numérique basée sur la croissance et l'innovation, la société capitaliste encourage « les premiers de la classe » en prônant la méritocratie, les diplômés et les opportunités permises par le numérique. Néanmoins, malgré un accroissement des taux de scolarisation et poursuite d'études, qui a permis un rapprochement des consommations culturelles entre les différentes classes sociales, demeurent les différences en termes de pratiques et les mécanismes liés à la violence symbolique présentée plus tôt perdurent. Les inégalités sociales, qui auraient pu (dû) se réduire grâce à l'informatique connectée, n'ont fait que se creuser par le haut de la structure sociale car ce n'est pas la technique qui fait la société mais bien les structures économiques et les superstructures idéologiques, telles que théorisées par Marx. Ainsi, le mode de production de la vie matérielle va conditionner le processus de vie social.
- L'âge : les générations actuelles ont grandi voire même sont nées avec le numérique, elles évoluent dans une société de plus en plus numérisée, les rendant ainsi bien plus familières avec ces outils que les générations précédentes. En 2017, 95 % des 16-29

---

<sup>37</sup> Insee, consulté le 14 mars 2024 <https://www.insee.fr/fr/statistiques/5759045#:~:text=En%202021%2C%209%2C1%20millions,ainsi%20de%2014%2C5%20%25>

<sup>38</sup> Insee, consulté le 14 mars 2024 <https://www.insee.fr/fr/statistiques/5057474>

<sup>39</sup> Les chiffres des points sur la catégorie socioprofessionnelle et la certification scolaire, ainsi que l'âge, sont issus du livre du Fabien Granjon *Classes populaires et usages de l'informatique connectée* (2022).

ans possédaient un ordinateur et 99,7 % un téléphone portable contre respectivement 80 % et 74 % des 60-74 ans. Les 12-17 ans déclarent à 98 % être connectés à internet et c'est 100 % des 18-24 ans qui affirment la même chose. Une fracture générationnelle<sup>40</sup> se distingue et sera également comportementale car bien que les écarts ne soient pas aussi marqués qu'il serait possible de l'imaginer, l'investissement lui est tout autre en fonction de l'âge, modifiant l'être social et la psychologie de l'individu (Lardellier, 2006). Toutes les générations sont baignées dans un climat et un contexte particulier (Octobre, 2014), impactant leurs façons de faire et leurs rapports avec leurs aînés. Paradoxalement, là où ils sont davantage connectés, les générations actuelles se retrouvent aux prises avec un sentiment de déclassement, remettant en cause l'ascenseur social. Cet élément va venir reboucler sur celui de la certification scolaire et la catégorie socioprofessionnelle, qui eux se rattacheront à l'accessibilité financière. Un cercle peut alors se former et découler sur une forme de déterminisme social, sur laquelle l'individu devra user de son *agency* afin d'en sortir.

Ces trois critères compliquent la possibilité pour les individus de participer à l'espace public numérique que ce soit en échangeant des arguments où en faisant usage de leur raison. Les fractures liées au « *technical access* » ne sont pas les seules. Le « *social access* » présente une fracture de « second degré », pouvant se définir comme une forme d'intersectionnalité en ajoutant aux disparités techniques de l'accès à l'informatique connectée d'autres facteurs inégalitaires. Les individus se retrouvent à subir simultanément plusieurs formes de discriminations d'accès à une société de plus en plus numérisée. Les dissemblances peuvent être reliées à l'appartenance communautaire, aux rôles sexués, à l'implantation géographique ou encore à la structure et au volume des capitaux (Granjon, 2020). A noter qu'en plus de cette illusion de réduction des inégalités, internet portait en son sein la promesse de technologies propres (Miège, 2010). Beaucoup ont ainsi perçu ces nouveaux outils comme une alternative à un usage toujours plus massif de papier. A l'heure d'une préoccupation croissante de l'environnement, de plus en plus de voix s'élèvent pour souligner l'empreinte carbone numérique : dans cette société des calculs, régie par les algorithmes, les données stockées sont multiples (on parle « d'or noir » du XXI<sup>ème</sup> siècle)

---

<sup>40</sup> Voir Chapitre 8 Réappropriation de collectifs ancestraux (p 213).

dans des serveurs qui ne sont pas alimentés en énergie propre. Mais revenons aux transformations des pratiques sociales par le numérique.

Ainsi, les individus ne disposent pas d'une chance égale d'initier la communication ou d'exposer leurs positions, cela va dépendre de la maîtrise des codes sociaux et techniques propres à TikTok (et il faut rappeler que les codes sur TikTok ne sont pas forcément les mêmes que sur Instagram ou X). L'échange sera également déséquilibré, qu'un individu en interpelle un autre que ce soit *via* un commentaire, une identification, une vidéo « Duo », un collage, *etc.* rien ne garantit que celui-ci soit vu. De plus, il est possible de supprimer des éléments : les conditions de réciprocité ne sont donc pas respectées. Lilixass (entretien 3) explique supprimer des commentaires sous ses vidéos afin de se protéger « *C'est une question d'adaptation en fait parce que je... j... j'ai compris le fonctionnement du truc. Au départ je comprenais pas car je répondais et tout, je m'énervais et j'avais toujours besoin de me justifier alors qu'en soi ... j'avais pas besoin de me justifier mais je me justifiais parce que je voulais me justifier parce que ça m'énervait en fait de voir ça. Et plus je me justifiais plus on me taclait justement pour que je réagisse et tout c'est un cercle vicieux. Donc il ne faut pas réagir, si tu as réagi après ça part et du coup la seule chose à faire c'est tu supprimes les commentaires et tu fais comme si de rien n'était* ». Chercher à se protéger semble légitime cependant cela découle d'une rupture au sein de l'échange. Malgré de nombreuses caractéristiques qui allaient dans ce sens et reprenant la fin du chapitre 1, TikTok n'est donc pas un espace semi-public numérique.

Nous avons évoqué les différentes caractéristiques qui nous ont fait penser que la mobilisation socio-numérique du #lundi14septembre ressemblait à un processus démocratique d'accès à la parole avant de les révoquer une par une. Ainsi la mobilisation étudiée dans cette thèse s'inscrit dans une arène publique. Daniel Cefaï (2016 : 38) la définit comme « *une arène sociale dont les acteurs visent des biens publics, se réfèrent à l'intérêt public, définissent leurs problèmes comme publics et sentent, agissent et parlent en connaissance* ». L'arène sociale correspond à notre cas d'étude car il n'est pas un marché, dans lequel « *la validité des problèmes publics finirait par être déterminée par la loi de l'offre et de la demande* » (Cefaï, 2016 : 38). Il n'est pas non plus un champ, tel que défini par Bourdieu (1979) à l'intérieur duquel un système de relations objectives entre des positions découle sur un champ de lutte où les problèmes sociaux dépendent de l'état des rapports de force et/ou de conflits d'intérêts entre différentes classes, ni une agora, comme

nous l'avons vu précédemment. Le #lundi14septembre mobilise des acteurs ayant défini leur problème comme public et visant un intérêt général.

Au sein de cette arène publique, nous faisons l'hypothèse que TikTok est donc une scène publique numérique, à l'intérieur de laquelle s'engagent des dynamiques individuelles et de plateforme, empêchant un véritable processus démocratique. Mais avant de discuter de ces différents éléments<sup>41</sup>, nous terminerons cette première partie en investiguant ce mouvement comme une mobilisation sociale, héritière de l'évolution des pratiques militantes et baignant dans un contexte propice.

---

<sup>41</sup> Voir [Partie 2 S'exposer sur une scène publique numérique](#) (p 93).

## Chapitre 3

### Se mobiliser au XXI<sup>ème</sup> siècle

Daniel Cefaï définit un mouvement social comme « *une action collective qui est orientée par un souci du bien public à promouvoir ou d'un mal public à écarter, et qui donne des adversaires à combattre, en vue de rendre possible des processus de participation, de redistribution ou de reconnaissance* » (Cefaï, 2007 : 15). Le #lundi14septembre, comme nous l'avons dans le chapitre précédent, prétend poursuivre un bien commun, celui de déssexualiser les lycéennes et, plus largement, de permettre à chacun de venir vêtu au lycée de la façon dont il souhaite, sans discrimination. Le mouvement définit également des adversaires à combattre, les personnels des établissements scolaires. Pour Erik Neveu, le mouvement social présente une « *occasion privilégiée de mettre en question le monde social tel qu'il tourne, de dire le juste et l'injuste, un levier qui peut faire bouger la politique et la société, l'événement partagé qui fait mémoire pour une génération* » (Neveu, 1996 : 3). Nous avons également évoqué précédemment l'importance du contexte. Celui-ci était favorable à l'émergence du #lundi14septembre et nous verrons également plus tard que cette mobilisation cherchait à impacter, de façon plus ou moins pérenne, une génération.

Un mouvement social peut être perçu comme une pratique militante, d'autant plus que le canal de l'activisme numérique a pris de l'ampleur à partir des années 2010 (Jouët, 2022). Ainsi, et c'est ce que ce chapitre cherchera à démontrer, les individus peuvent expérimenter des pratiques militantes qui se sont transformée numériquement, notamment avec la popularisation de l'accès aux RSN (Bertrand, 2018) et nous présumons que la recrudescence de certaines thématiques sociales laisse un terrain fertile à une forme de mimétisme militant.

#### 3.1 Les mutations du militantisme

Dès la seconde moitié du XX<sup>ème</sup> siècle, l'engagement militant (Ion, 1997) a subi des mutations : les nouvelles formes de militantismes deviennent moins contraignantes et cela est facilité par le numérique. Le militantisme dit « traditionnel », avec des militants investis



dans des organisations structurées de façon stable et continue, devient un engagement distancié et celui-ci est légitimé. D'un degré d'implication élevé, nous sommes maintenant face à une multitude de nouvelles formes de militantisme et d'actions sociales. Chacun peut mener son militantisme comme il l'entend. Ces nouveaux répertoires d'actions peuvent être de moins « *longues durée, plus diversifiés quant à leurs visées, davantage réversibles, et n'impliquant pas forcément l'abandon de fait de toute vie familiale.* » (Ion, 2017 : 177). Cet engagement post-it, pour reprendre l'expression de Jacques Ion, a été rendu possible par le numérique. De nombreux chercheurs et chercheuses ont attesté des liens entre les transformations du militantisme et les développements technologiques (Jouët, Nieymer et Pavard, 2017), donnant à voir un renouvellement des outils mais aussi des personnes. Fabien Granjon (2003) parle de « néo-militantisme », d'une nouvelle critique sociale, à l'intérieur de laquelle de nouvelles formes de sociabilités se créent (Ion, 1997). Au sein du #lundi14septembre, des individus de toute la France, sans forcément de connaissances militantes préalables, se sont réunis afin de mener une action un peu partout sur le territoire, créant de nouvelles sociabilités.

Cela a été rendu possible par la visibilité en phare de TikTok : ils se sont regroupés par idéologies même si, parfois, des connaissances existaient en amont de la mobilisation et les vidéos ont permis des sortes de retrouvailles très éphémères et souvent à sens unique, comme nous pouvons le voir dans la section commentaire de la vidéo 3 (voir figure 23). Sur cette vidéo, mariarebeccasirianni filme en arrière-plan l'enceinte de son lycée et on le devine dans sa globalité en hors-champs. Des personnes ont reconnu le lieu et cherchent à interroger mariarebeccasirianni directement. Néanmoins, elle ne répond qu'à un seul commentaire, le 90, posté par le\_dodix, laissant supposer un lien préexistant à la vidéo.

9	222line	222Line	14/09/20 12:39:31	0	massena
34	linarss.1	lina	14/09/20 13:22:00	0	T'es à Masséna ?
51	user641145899652	user757757992159002	14/09/20 13:39:48	0	lycée Masséna y c
90	le_dodix	Dodix	14/09/20 14:20:17	36	Bon moi je sais en exclusivité la réponse 😊
90- 1	mariarebeccasirianni	Maria Rebecca Sirianni	14/09/20 14:29:04	15	😊😊😊
519	yaziid_lvr	Yaziid_DZ	14/09/20 18:58:09	0	C'est le lycée Masséna 😊✳️ TES DE NICE

528	gaellemalherbe	Gaëlle👤	14/09/20 19:25:21	0	tes pas de Verdun
543	raniya.youssef1	raniya.youssef1	14/09/20 20:34:57	0	@chyrine2002 elle est dans mon lycée
561	melinda_gendia	Melinda Gendia	14/09/20 21:16:26	0	t'es au lycée Masséna ?
564	moicest.emmy	Emmy	14/09/20 21:20:01	0	Ah oui donc tu es aussi au lycée massena 😊
570	yareyaretase	Minachi	17/09/20 20:31:17	1	Eh mais t'es au lycée massena à Nice mdrrr moi aussi 😊😊
194	lamericaine4	Lara	14/09/20 15:20:11	0	Oh mais c mon lycée caaa
330	theoleclerc06	theoleclerc	14/09/20 15:53:16	1	Ah ouais ça faut ça à Massena bgg 😊
404	nissa.114	Nissa-_-	14/09/20 16:17:31	0	Wesh t a massena non
423	badgalrtg	ritege	14/09/20 16:25:03	1	@luciemrz27 c'est à massena 📍

Figure 23 - Extrait commentaires vidéo 3 (Proximité avec la personne)

Nous sommes ici davantage dans une recherche de reconnaissance<sup>42</sup> que dans la création de nouvelles sociabilités, sur lesquelles nous allons revenir.

Les outils numériques apportent un renouvellement des modes d'action collective, les néo-militants ont à leur disposition de nombreuses ressources pour s'exprimer, celles-ci plus modestes que celles de leurs prédécesseurs (Granjon, 2003) mais autorisent une mise en relation plus facile en réduisant la contrainte de la distance géographique. Outre cet élargissement, les ressources numériques ont permis de développer le répertoire d'action. Il est désormais possible de signer une pétition en ligne, de mobiliser un hashtag, d'utiliser le « tag » pour attirer l'attention d'une personne (ou d'un groupe) sur une situation, de partager une information ou une publication militante, *etc.* Ces nouvelles actions peuvent avoir de l'impact. Par exemple, en 2018, quatre associations (la Fondation pour la nature et l'homme, Greenpeace France, Notre affaire à tous et Oxfam France) lancent l'Affaire du siècle, une campagne associative visant à poursuivre l'Etat français en justice pour inaction concernant la lutte contre le réchauffement climatique. Une pétition est lancée en association avec la démarche et celle-ci est devenue la pétition la plus signée en France avec plus de deux millions de signatures récoltées en un mois. Autre exemple, le hashtag *MeToo* qui a récolté

<sup>42</sup> Voir Chapitre 7 La reconnaissance comme espace entre pairs (p 189).

plus de trente millions de *tweets*<sup>43</sup> (sans compter les *retweets*) à travers le monde. Ces nouvelles façons de faire font émerger des « militants-médiateurs » qui s'investissent dans des opérations de propagation de l'information (Granjon, 2003), participant à la publicisation de la revendication. Cette démarche de médiation apparaît dans le fonctionnement du #lundi14septembre. Les lycéennes à l'origine du compte Instagram Borda Revolte avaient l'intention de diffuser une information afin de sensibiliser et de dénoncer ce qui était vécu comme une injustice en mobilisant de nouveaux outils : la création d'un compte Instagram dédié, une pétition « Droit au *crop top* au lycée » qui a recueilli 7 500 signatures et le lancement d'un hashtag.

Mobiliser un hashtag semble être une pratique bien ancrée dans l'esprit des nouvelles générations qui l'utilisent afin de créer un mouvement plus ou moins grand. Différentes tentatives de création de mobilisation à l'intérieur même du mouvement émergent des commentaires, comme par exemple mel\_lge commentant sous la vidéo 8 « #balancetonbahut », ce qui rappelle le célèbre #balancetonporc et ses variantes.

Le militantisme a donc vu émerger des nouvelles pratiques communicationnelles qui sont aux prémices du développement d'une « culture du numérique » avec comme valeurs la collaboration ou encore la participation (Mabi, 2019). Le #lundi14septembre s'appuie sur ces deux valeurs, en incitant d'une part les lycéennes de France à collaborer pour créer le mouvement et d'autre part en les appelant à participer, ce que nous développerons davantage dans la dernière partie du chapitre 4. Cardon (2019) qualifie ce phénomène de « démocratie internet ». Un concept, initialement développé aux États-Unis, est venu donner un nouvel essor à cette démocratie (Mabi, 2017) : les technologies civiques (Civic Tech). Il s'agit de procédés et d'outils permettant d'améliorer un fonctionnement démocratique en renforçant le rôle joué par les citoyens. Dans cette transformation de la société, des formes « d'engagements expressifs » (Cardon et Granjon, 2014) sont apparues dans lesquelles les individus s'engagent ponctuellement dans une cause, partagent des opinions, mais sans se regrouper derrière une structure associative, partisane ou syndicale, comme ce fut le cas lors du #lundi14septembre. Cependant, ces usages entraînent une plateformesation de l'action qui va impacter le militantisme. Clément Mabi distingue trois effets découlant de ce phénomène : la standardisation, la subjectivation et la visibilisation. Les trois sont liés : la plateforme devenant un lieu de passage obligé sur le web pour une mobilisation sociale

---

<sup>43</sup> MeToo Digital Collection – Harvard (2020)

afin de pouvoir se rendre visible (le choix de la plateforme joue un rôle sur la visibilité souhaitée, qu'elle soit intra-communautaire ou extra-communautaire). L'image tient un rôle décisif dans la recherche de visibilité, elle tend à répondre à des codes qui vont l'entraîner dans une standardisation, conséquence indirecte de l'automatisation des modérations. En effet, afin de contrer les règles algorithmiques et ne pas voir son contenu supprimé de la plateforme, les individus multiplient les tactiques de contournement. Il est ainsi possible d'utiliser des chiffres dans certains mots, de rajouter des espaces comme on peut le voir dans la figure 24 : le mot « sexualiser » est devenu « s3xu aliser ».

L'utilisation de ces techniques tend à éloigner le risque d'un *shadow banning* à l'utilisation. Il s'agit d'invisibiliser le contenu d'un individu sans l'en informer explicitement et faire ainsi chuter sa visibilité et son taux d'engagement. Le contenu devient donc lissé et homogénéisé. Une fois de plus, on constate de l'impossibilité de parler d'un espace public de par ces formes de censure, imposées à la fois par la plateforme mais également intériorisées par les sujets. Le #lundi14septembre, bien que reprenant des outils et des mécanismes issus du monde du



Figure 24 - Capture d'écran vidéo 52

militantisme, donne à voir un contenu normé, sur lequel nous reviendrons plus en détail lors du chapitre 6 de cette thèse.

Les outils numériques ont donc permis une évolution des formes d'engagements, au sein desquels la place du sujet prévaut sur le collectif. En s'engageant ponctuellement, l'individu cherche en premier lieu son propre intérêt. La vidéo 4, issue du compte romane.rz, de notre corpus illustre cet individualisme. Cette vidéo est un enchaînement de cinq plans avec une prise de vue frontale. Le premier plan est un gros plan de son visage lors duquel elle a un jeu de regard avec son spectateur tout en effectuant une interprétation mimée d'un son

enregistré signifiant « *Je sais que tu es obsédé par moi*<sup>44</sup> », plaçant de ce fait l'audio en tant que son hors champ diégétique. Nous sommes dans un rapport direct entre la lycéenne et son audience, voire une certaine forme de séduction. Les quatre autres plans sont en plans

---

<sup>44</sup> L'audio est extrait de la série *The Vampires Diaries* et mobilisé en version original « *I know you obsessed with me* ».

américains et sont des présentations de différentes tenues pour réaliser l'action. L'objectif de la vidéo est de demander l'avis des internautes et les inciter à choisir sa tenue. Il y a une redondance entre le contenu de la vidéo (avec les éléments linguistiques dessus) et sa description. Ce positionnement a un impact direct sur le taux d'engagement de la vidéo en incitant les internautes à la commenter. Ce qui a fonctionné puisque le taux d'engagement de sa vidéo est de 1022,1 % (plus de 225 500 likes et de 29 000 commentaires<sup>45</sup>). La lycéenne cherche également faire progresser sur la visibilité de sa vidéo en mobilisant trois hashtag (#fyp #pourtoi #foryoupage) qui vont augmenter ses chances de passer dans le fil d'actualité « Pour toi ».

Néanmoins, lors de l'entretien réalisé avec romane.rz (entretien 2), ses propos étaient tout autres sur ses motivations « *Je me souviens que ce mouvement avait pris de l'ampleur et moi aussi je voulais y participer. Je ne pensais pas que ma vidéo allait faire autant de vues mais je pense qu'elle a été le moyen de relayer l'information. Cette trend était d'abord un message pour toutes les filles qui reçoivent des remarques déplacées vis-à-vis de leur tenue dans les établissements scolaires. C'était un sujet qui me tenait à cœur et c'est donc pour cela que j'ai choisi de participer à ma façon. [...] C'était un moyen, à notre échelle, de montrer notre mécontentement aux yeux de tous, vis-à-vis de nos tenues 'non républicaines'.* » Elle se prétend « surprise » de l'ampleur de sa vidéo tout en ayant mobilisé des stratégies pour gagner davantage de visibilité sur la plateforme. De plus, elle dit être consciente des risques liés à l'exposition de soi sur Internet et de « *faire quand même attention à ce [qu'elle] poste car cela pourrait être détourné ou utilisé contre [elle]* », d'autant plus qu'elle est « *encore jeune*<sup>46</sup> ». Sur son compte TikTok, il est possible d'avoir accès à beaucoup d'informations concernant sa vie privée (son signe astrologique, le lieu d'habitation de son père, son quotidien au lycée, etc.). Son utilisation du numérique n'est pas en accord avec ses propos. Evidemment, il est possible qu'elle déclare un discours admis sur les risques liés au numérique tout les acceptant et en utilisant les codes en vigueur.

La vidéo de romane.rz a donc plus pour vocation une certaine mise en scène de soi qu'un réel engagement militant : l'individualisme (quelle tenue va-t-elle porter pour aller au lycée) au lieu du collectif (protester contre le sexisme des règlements vestimentaires scolaires).

---

<sup>45</sup> La vidéo 4 est la vidéo de notre corpus avec le nombre de commentaires le plus élevé.

<sup>46</sup> Elle avait 16 ans lors du #lundi4septembre2020.

L'usage de ces nouveaux outils numériques, démocratisant l'engagement ponctuel, conduit l'individu à se replier sur soi, se dépolitiser et se désyndicaliser : son intérêt pour la chose publique décline (Ion, 1997). Il vit alors dans un nouvel hédonisme, dans la recherche effrénée de satisfaction de ses désirs (Fernandez, 2011). On pense notamment à l'individualisation des pratiques, accélérée avec la crise de la Covid 19 et promue par des organismes mondiaux tels qu'Amazon, Deliveroo, Netflix, *etc.*, permettant à l'individu d'assouvir rapidement la plupart de ses désirs (il est possible de se faire livrer à peu près tout ce qu'il existe dans la journée, de manger des plats de restaurants chez soi rapidement et d'avoir accès à une multitude de contenu filmique depuis son canapé). L'utilisateur numérique est même encouragé à laisser son avis sur la qualité et la rapidité de la satisfaction de son besoin. L'immédiateté est une valeur maîtresse de notre société actuelle (Rosa, 2010). Cela s'explique par le sentiment d'un avenir perçu comme incertain (que ce soit au niveau économique, social ou environnemental) et devenant une source d'inquiétude (45% des jeunes souffrent d'éco-anxiété<sup>47</sup> face au changement climatique). Face à ces lendemains flous, le présent tend vers un futur immédiat dont l'objectif est de se « *construire un capital plaisir au plus vite* » (Citot, 2004 : 185), délaissant le militantisme plus traditionnel et la volonté de réellement remettre en cause la société.

Cette culture de l'immédiateté alimente ce qu'Yves Citton (2014) analyse comme le basculement des économies « traditionnelles » vers une économie de l'attention. En vivant dans une société encourageant la surabondance consumériste et informationnelle, on constate un déficit du temps d'attention des individus.

Reprenant le propos de Mabi développé précédemment, l'engagement actuel se plateforme, réduisant l'essence du militantisme traditionnel. A l'heure actuelle, il est essentiel pour une mobilisation sociale de chercher à acquérir de la visibilité sur internet avant de pouvoir être repris par des instances médiatiques et politiques. De ce fait, elle doit se conformer aux codes (sociaux et techniques) de la scène publique où elle évoluera. Il n'est pas rare de voir des associations reprendre des *trends* en tendance pour bénéficier de visibilité grâce à un contenu remonté automatiquement par l'algorithme. Des effets de mode apparaissent et modifient l'objectif social ou sociétal traditionnellement à la base de

---

<sup>47</sup> Marks, Elizabeth et Hickman, Caroline et Pihkala, Panu et Clayton, Susan et Lewandowski, Eric R. et Mayall, Elouise E. et Wray, Britt et Mellor, Catriona et van Susteren, Lise, Voix des jeunes sur l'anxiété climatique et la trahison du gouvernement et Les blessures morales : un phénomène mondial. Disponible sur SSRN : <https://ssrn.com/abstract=3918955> ou <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.3918955>

l'émergence d'un problème public. Les actions militantes ponctuelles deviennent alors une tendance comme une autre.

La mobilisation ponctuelle de publics non-militants semble alors devenir davantage une nouvelle façon de consommer que de traduire un véritable engagement social. Guy Debord (1967) évoquait déjà le rôle du capitalisme qui a produit une société où les individus deviennent consommateur d'une manifestation déshumanisée et aliénée par le spectacle. Ce sont également les propos tenus lors de plusieurs entretiens. Imélancolie (entretien 5) explique « *Franchement je m'attendais à ce que ça perce car on voyait que ça partout sur tiktok c'était la Trend du moment on vas dire donc oui je m'en doutais un peu* » et de elsa-tlsp (entretien 6) « *Alors à la base c'était dans l'optique on faisait une vidéo pas pour rire [...] on l'a mis, on s'est dit vu que tout le monde allait posté, que tout le monde était au courant de la journée on s'est dit qu'il y en allait forcément qui allaient faire des vidéos et que du coup, soit le hashtag allait être recherché ou que du coup c'est des vidéos pas qu'on attend mais peut-être qu'il y a des gens qui se disent bah vu qu'il y a cette journée-là, bah on fait une vidéo* ». Se mobiliser dans le cadre du #lundi14septembre tient davantage d'une tendance que d'un réel engagement militant. Néanmoins, bien que l'on accepte l'idée de cette consommabilité de l'engagement social ponctuel, il n'en demeure pas moins des sujets aux convictions ancrées, même s'ils sont moins nombreux et qu'ils se conforment aux codes également. Parmi nos interviewés, deux se sont démarqués par leurs revendications militantes derrière leur participation à la *trend* : yahyaachou (entretien 7) et carlo\_ta09 (entretien 8). Leur positionnement sur la mobilisation est tout autre. Ces deux personnes se revendiquent engagées dans des causes sociales : l'anti-racisme et l'anti-islamophobie pour yahyaachou (qui est d'origine marocaine et musulman) et le féminisme pour carlo\_ta09. Pour celle-ci, cet engagement s'affiche également sur ses RSN dans les descriptions de ses comptes TikTok « *♥️Créatrice de @les\_epatantes - Papeterie Féministe ♥️* » et Instagram « *Artiste et Créatrice de contenu ✨Mode 🦋 Féminisme 📄 BodyPositive 🌹* »

Le point commun de ces deux personnes est qu'elles ne sont plus au lycée : yahyaachou, 19 ans en 2020, est en études supérieures, (en école préparatoire lors de l'action du #lundi14septembre et en école d'ingénieur lors de l'entretien) et carlo\_ta09, 20 ans en 2020, a fait des études de psychologie et de philosophie à l'université sans cependant terminer une année, elle a rapidement ouvert sa micro-entreprise. De plus, elles étaient celles ayant le plus de vocabulaire et le plus de discours lors des entretiens : leurs réponses étaient argumentées et développées, elles abordaient d'elles-mêmes plusieurs points, sans qu'il n'y ait besoin

d'effectuer des relances, contrairement aux autres interviewées. On présuppose que leur âge et leur expérience, supérieurs à ceux des autres interviewées, ont joué en ce sens.

Ces deux personnes sont aussi issues de familles plus sensibilisées aux causes sociales, bien que non-engagées au sens militant du terme. Yahyaachou est issu d'une famille marocaine, il parle de sa sensibilisation « *Bah ce racisme là, dans la discrimination car je fais parti des minorités, donc automatiquement, voilà. Et aussi l'islamophobie qu'il y a en France, c'est quelque chose de très récurrent, notamment à BFM TV mais bon voilà ça c'est un autre discours, mais je suis musulman donc oui l'islamophobie c'est une chose qui me touche énormément* », « *Je soutiens très fortement ... dans le sens où je suis actif dans la cause anti-raciste et islamophobe, euh mais en même temps euh je soutiens genre 100% toute autre cause qui implique des discriminations etc.* ». Carlo\_ta09 évoque à propos de ces parents « *Ce n'était pas forcément des gens très engagés. Mais il faut savoir que moi je suis blanche mais que mon papa est noir donc euh un sujet, le seul engagement qu'il y avait pas mal à la maison, c'était forcément expliqué le racisme et comprendre aussi ça, parce qu'en plus famille mixte, à la campagne, dans un petit village en Vendée.* »

Yahyaachou ne revendique pas le féminisme à travers sa vidéo sous le #lundi14septembre. Il souhaite davantage traiter du racisme et l'islamophobie que du sexisme « *L'objectif de ma vidéo, de manière humoristique, était de pointer du doigt le fait que, dans les discriminations, dans les problèmes, dans le mal, il y a toujours la discrimination. Je pense que, si jamais, pendant cette journée-là, il y avait un groupe de personnes qui venait en djellaba et que ... et que ... genre ... avec des habits dans le genre arabe par exemple, la CPE aurait carrément oublié les crop tops et pointer du doigt directement ça. Dans le sens que, on aurait ... euh ... parmi ... les minorités entre guillemets discriminé on aurait choisi laquelle discriminait le plus quoi. Et moi c'est quelque chose je dénonce continuellement, même dans mes réseaux, le fait de choisir quelle guerre menée, quelle cause soutenir, euh ... 'je soutiens la cause sociale, mais cela dépend du pays', 'je soutiens le problème de l'immigration mais cela dépend de quel pays ça vient', voilà des trucs comme ça. C'est des choses qui me fait devenir fou, je ne comprends pas comment on peut avoir des standards aussi différents selon la nationalité ou selon le pays en question. Et c'est ce que je voulais montrer, de manière drôle, de pointer du doigt ça et j'ai vu l'engagement avec la vidéo bah malheureusement des gens disent ça peut être vrai parce que une djellaba euh ... genre fait peur, fout la haine quoi.* » Il reste cependant ouvert aux problématiques féministes « *je soutiens genre 100% toute autre cause qui implique des discriminations* » mais s'il avoue



être « *moins actif dans la cause par exemple écologique et féministe, moi ce que je fais c'est juste du partage d'informations dans le sens euh ... quand je peux partager l'information, aider à savoir je le fais. Mais après quand il faut aller en manifestation ou tout ça, bah si je peux le fait* ».

Nous remarquons donc des positionnements variés quant au féminisme et au militantisme. Les plus jeunes, celles qui sont au lycée et donc la cible première de l'action du #lundi14septembre, restent éloignées de ces thématiques, même si l'égalité est une cause importante selon elles. Elles voient cela comme une normalité et non comme un combat féministe à mener. Le #lundi14septembre est une lutte pour leurs droits, pour leur liberté, face à des adultes qui le leur refuseraient « *C'était un moyen, à notre échelle de montrer notre mécontentement aux yeux de tous, vis à vis de nos tenues 'non républicaines'* » (romane.rz, entretien 2), « *J'avais décidé de faire cette vidéo parce que moi je m'habille pratiquement que de manière considérée provocante. Donc crop top, des hauts moulants. Court. Transparent. Etc etc. Et je me suis dit qu'il n'y a rien de mal à s'habiller comme on veut* » (mariarebeccasirianni, entretien 1).

Pour construire la mobilisation du #lundi14septembre, les lycéennes ont fait usage d'outils numériques mobilisés par les groupes militants dans un effet de mimétisme : une pétition en ligne, la création d'un compte Instagram dédié et le lancement d'un hashtag. Néanmoins, au sein de ces pratiques à l'apparence engagée ce sont d'autres raisons et d'autres enjeux de participation que nous retrouvons et sur lesquelles nous reviendrons plus en détail dans le chapitre suivant.

Cependant, outre l'usage de ces outils, le discours rappelle lui-aussi des pratiques militantes.

### 3.2 Se revendiquer en se réappropriant

La caractéristique principale du mouvement est de se réapproprier ce qui leur est reproché (des tenues jugées provocantes, notamment les *crop tops*, ces habits qui dévoilent le nombril). L'appel lancé consiste à se rendre au lycée vêtu de cette façon. Ces habits représentent un stigmate (Goffman, 1975). Initialement utilisé pour parler des marques corporelles, les Grecs y voyaient le signe d'un désordre physique. Le terme a évolué et fait

référence à une disgrâce ou un discrédit, catégorisant les personnes que la société classait hors des normes qu'elle jugeait ordinaires et naturelles.

Les vêtements, loin d'être de simples bouts de tissu visant à se protéger (du froid, du soleil, *etc.*), traduisent un statut dans la société : ils permettent de faire référence à des classes sociales (les « cols bleus » et les « cols blancs »), à des métiers (la robe d'avocat, la blouse du médecin, *etc.*), à des religions (la soutane, l'hijab, la kippa, le kesa, *etc.*) mais aussi à des stéréotypes de genre. En effet, « *les vêtements instituent un partage des rôles* » (Chollet, 2012 : 26). Pierre Bourdieu (1998) parle de la jupe comme un « *enclos symbolique* » il souligne un stigmate de la femme qui n'est pas un homme, dans le sens genré du terme. Dans le cadre de la mobilisation étudiée, le stigmate s'applique au corps des lycéennes. Leurs corps sont sexualisés, elles sont renvoyées à leurs attributs féminins.

Si leurs corps, parce qu'ils sont féminins, sont stigmatisés (et donc jugés anormaux) c'est une volonté de donner un sentiment de honte sur le corps féminin. Ce type de discours est profondément ancré dans les religions, y compris en France avec son héritage judéo-chrétien. La philosophe Olivia Gazalé (2017) le détermine même comme faisant partie des six axes définissant la domination masculine : la diabolisation du sexe féminin. Pour la religion chrétienne, les femmes descendent d'Eve, considérée comme la pécheresse originelle en ayant croqué la pomme et surtout en ayant incité Adam à faire de même, ce qui a entraîné la punition divine d'enfanter dans la douleur. La femme est perçue (et ce, dans plusieurs religions) comme une tentatrice vouée à détourner l'homme de la religion, proche du diable et donc sataniste (on pense notamment aux chasses aux sorciers dès le XV<sup>ème</sup> siècle lors desquelles on envoyait principalement de femmes au bûcher). La honte du corps féminin se traduit également avec le rapport aux menstruations, qu'il faut cacher et taire. Dans certaines cultures, les femmes sont exclues de la vie publique durant cette période<sup>48</sup>. Ce rapport compliqué fait partie des revendications propres à la quatrième vague féministe, que ce soit à travers la représentation des règles ou l'accès aux protections périodiques. En 2015<sup>49</sup>, le collectif Georgette Sand a démarré la publicisation de la problématique de la « taxe tampon », c'est-à-dire la taxe sur les produits menstruels, qui a abouti à un abaissement de 20 % à 5,5 %. En 2018, le liquide bleu utilisé dans les publicités est remplacé par des liquides

---

<sup>48</sup> Le documentaire de Rayka Zehtabchi « Les Règles de notre liberté » traite du stigmate des menstruations en Inde. Il a reçu l'Oscar du meilleur court-métrage documentaire lors de la 91<sup>ème</sup> cérémonie (2019).

<sup>49</sup> *Le Monde*, consulté le 21 mars 2024 [https://www.lemonde.fr/sante/article/2015/11/11/comprendre-la-bataille-de-la-taxe-tampon\\_4807643\\_1651302.html](https://www.lemonde.fr/sante/article/2015/11/11/comprendre-la-bataille-de-la-taxe-tampon_4807643_1651302.html)

rouges, en 2019 des nouvelles « militantes Instagram » se sont également affichées sur leurs réseaux avec les pantalons, shorts, jupes tachés de sang et le 6 mars 2023, l'ancienne Première Ministre, Elisabeth Borne, a annoncé le remboursement des protections périodiques réutilisables pour les moins de 26 ans dès 2024. Dans le cadre du #lundi14septembre, la reproche de montrer le ventre s'inscrit dans un paradoxe : le ventre est un attribut sexuel au sens premier du terme, au sens sexué (c'est là où les femmes biologiques portent l'enfant) et il est perçu comme un attribut sexualisé. De plus, le ventre de la femme fut longtemps vu comme une sorte de malédiction : le ventre qui porte la vie et qu'il faut donc remplir davantage, le ventre et ses menstruations qui rendent les terres infertiles ou qui font aigrir le vin (Plume l'Ancien, 77 apr. JC).

La stigmatisation liée plus spécifiquement aux vêtements rappelle des discours de culpabilisation des femmes (il s'agit d'un autre axe défini par Olivia Gazalé : la justification des violences par la culpabilité féminine). Dans l'imaginaire social, c'est aux femmes de faire attention à leurs vêtements afin d'éviter les agressions. En effet, en 2019, un sondage de l'institut IPSOS en partenariat avec l'association Mémoire Traumatique et Victimologie montre que pour 27 % des personnes interrogées le fait de porter une tenue sexy peut être un motif de déresponsabilisation du violeur et que pour 42 % la responsabilité du violeur est atténuée si la victime a eu une attitude provocante en public. Cette idée ressort explicitement dans un commentaire issu de la vidéo 3 « *Si les règles du collège lycée son la c'est pas pour rien si vous voulez vous faire agresser par les lycéens c'est votre choix* » malgré tout, ce propos reste très minoritaire au sein de notre corpus de commentaires. Néanmoins, cette idéologie est retrouvable dans le texte posté à l'origine de la mobilisation « *Disant aux femmes de se couvrir, de ne pas porter des vêtements trop courts. Ils nous diront sûrement que ça déconcentre les garçons, que c'est explicite* ». Ces lycéennes détourneraient les lycéens de leurs études, tout comme Eve a détourné Adam de la religion. Ainsi, elles semblent être des figures stigmatisées (Van Haecht, 2016). Cependant, cette vision manichéenne est-elle vraiment ce qui leur est reproché à travers cette stigmatisation ?

Erwing Goffman met en opposition aux personnes stigmatisées ceux qu'il appelle « les normaux ». Dans le cadre du #lundi14septembre, les personnes stigmatisées étant les lycéennes dévoilant trop leur corps, « les normaux » seraient les lycéens en général et les lycéennes couvrant leurs attributs féminins. En effectuant une dichotomie entre les lycéennes en fonction de leurs vêtements, nous pouvons penser aux travaux d'Hanane Karimi (2018) sur la « bonne féminité » et la « féminité hérétique ». La première est celle attendue dans les

lieux publics français, que l'on peut aussi appeler la « féminité républicaine », la seconde est la féminité disqualifiée. Les lycées pointés du doigt semblent attendre des lycéennes une tenue précise afin qu'elles rentrent dans la « bonne féminité<sup>50</sup> ». Celle-ci semble tenir en un fragile équilibre sur les parties du corps qu'il convient de découvrir ou non et la jupe semble en être un étendard. En effet, la jupe (ni trop courte ni trop longue) semble symboliser la féminité « à la française », en opposition avec des « féminités hérétiques » trop masculines ou pas assez occidentales. Cette rhétorique est mobilisée comme argument de campagne idéologique comme avec l'affiche parue en décembre 2023 du collectif féministe identitaire Némésis. Sur cette affiche, trois jeunes femmes en jupe posent devant un plateau de charcuterie, de fromage et de vin en réponse à la Une du magazine de mode britannique Dazed sur laquelle on voyait des femmes en hijab aux couleurs de la France (voir figure 25).



Figure 25 - Couverture du magazine Dazed et la photo du collectif Némésis

Dans cet exemple, la jupe apparaît comme un symbole de liberté avec un sous-texte qu'il est possible d'interpréter comme du racisme (dénoncer les tenues des femmes musulmanes). Et pourtant, ces mêmes jupes semblent être reprochées à des lycéennes : elles ne doivent pas


---

<sup>50</sup> Ce propos prend tout son sens avec l'interdiction de l'abaya à partir de la rentrée 2023 et de la difficulté pour certains établissements scolaires de les distinguer des simples vêtements larges.

être trop courtes car elles sexualisent des jeunes femmes. En soi, « *ce n'est pas le vêtement en lui-même qui pose problème : c'est l'assignation à un vêtement et à travers lui, un certain rôle* » (Chollet, 2012 : 27). Nous sommes ici proches d'une ritualisation de la féminité (Goffman, 1977) que les lycéennes doivent embrasser afin de se rendre au lycée.

Cette volonté de se réappropriier un stigmaté est un processus récurrent dans les milieux militants, et même féministes, comme par exemple en 2011 avec les *Slut Walks* (littéralement les Marches des Salopes) au Canada, nées en réaction aux propos d'un officier de police de Toronto, Michael Sanguinetti, ayant déclaré que les femmes devraient éviter de « *s'habiller comme des salopes si elles ne veulent pas être violées* ». Les *Slut Walks* prirent la forme de manifestations dans lesquelles avait lieu une réappropriation du mot « salope », afin d'en détourner le sens péjoratif (Mercier, 2016). Nous voyons la volonté d'une résistance collective à un stigmaté. Ici s'illustre *l'agency* de ces femmes ayant l'objectif de déjouer et renverser le rapport de pouvoir entre les sexes induit par le mot « salope » en y donnant une nouvelle signification. Le processus semble similaire dans le cadre du #lundi14septembre : les lycéennes mobilisent leur capacité d'agir pour revendiquer leur droit à se vêtir comme elles le souhaitent et, plus largement, à disposer de leur corps comme elles l'entendent.

La stigmatisation des femmes (voir des jeunes femmes) à travers leurs vêtements apparaît comme<sup>51</sup> :

- un ressort social de déstabilisation (« *Je me suis habiller pareille et je me suis pris vlas remarque* », « *javais le meme en noir on c'est prit des remarques des pions tt le temps* □  », « *nous tous le collègue c pris un avertissement* », « *On m'a reproché qu'on voyons mon ventre* », « *lol moi jsuis aller avec un jean troué il mon dit si tu reviens avec t exclu un jour* 🤔👁️@yeuxvert021 @laura\_benhalie ») qui va placer les lycéennes dans une posture délicate et les feront se sentir mal à l'aise, le poids du regard des autres, incarné par des groupes représentant l'autorité, les bousculera dans leur estime et leur construction

---

<sup>51</sup> Les exemples cités dans ce passage sont des commentaires extraits de la vidéo 3.

- un ressort social de marginalisation (« *Ba moi j'étais en robe il m'on tous regarder de travers ☹* », « *Nous on as dû allais se changer on leur as expliquer et il nous on dit c'est pas de cette manière qu'on montre ca* », « *perso j'avais mis un croc top et la surveillante m'a obligé a porter mon pull toute la journée sous 35°, bref plus jamais...* », « *nous une fille a eu une heure de colle plus renvoie chez la vie scolaire ET pendant 20min on eu le règlement vestimentaire du lycée.* », « *Perso dans mon college qql gens on jouer le jeux, on c tous fais def, y'a eu un nouveau reglement d'imprimer ect.. ctt nimporte quoi ☹*») qui va étiqueter la lycéenne aux yeux de tous, la faire être remarquable dans un lieu de socialisation où le regard d'autrui compte pour beaucoup dans la construction de soi
- un ressort social d'exclusion (« *Moi j'ai été virée du cour ☹* », « *Moi j'ai été refusée* ») qui va littéralement empêcher la lycéenne d'accéder au droit à l'éducation garantie par l'Etat<sup>52</sup>.

Ces trois ressorts vont appuyer la conscientisation du stigmatisme par ces lycéennes : sachant qu'elles seront stigmatisées, elles anticipent et se contraignent à ne pas participer à la mobilisation « *comment dire que... , si je fais sa je vais me faire heuuuu voilà quoi ☹☹* », « *Si je fais sa je me fais renvoyer à vie de mon lycée* »<sup>53</sup>. Dans les actes également, nous retrouvons cette volonté de stigmatiser ces lycéennes, comme le raconte elsa-tlsp (entretue, 6) « *Ou alors là c'est la nouvelle mode là en ce moment, les filles qui mettent des crop tops ou des tee-shirt trop court, ils leur mettent un tee-shirt du lycée, bien rouge, bien flashy et du coup on se retrouve avec des groupes de filles qui ont des tee-shirts rouges à manches courtes pour cacher les épaules ou les trucs comme ça.* » Avec cette punition, la lycéenne est affichée aux yeux de tous comme n'ayant pas respecté les règles vestimentaires. Outre la stigmatisation, cela vise également à consolider et renforcer les groupes dominants (Héas, 2016), à perpétuer une idéologie imposée, celle de la « bonne féminité ». L'établissement scolaire étant soumis à un règlement intérieur, il lui est possible d'acter de façon détournée

---

<sup>52</sup> « *Le droit à l'éducation est garanti à chacun afin de lui permettre de développer sa personnalité, d'élever son niveau de formation initiale et continue, de s'insérer dans la vie sociale et professionnelle, d'exercer sa citoyenneté.* » Article L111-1 - Code l'éducation

<sup>53</sup> Ces deux commentaires sont issus de la vidéo 1.

des discriminations car il est dans une situation de pouvoir qui le lui permet. Néanmoins, la stigmatisation n'est pas de l'unique ressort du personnel d'établissement scolaire qui a un pouvoir direct et acté sur les lycéennes. Cette stigmatisation, à travers le ressort de déstabilisation et de marginalisation, s'effectue à travers le regard d'autrui dans la vraie vie avec ceux des lycéennes et des lycéens mais aussi sur internet au sein des commentaires comme on peut le voir à travers ces deux exemples issus de la vidéo 11 « *Tu va pas aller à l'école avec un bandeau non plus faut pas déconner c'est pas une tenue ni d'école ni de travail.* » ou « *ptdr t'abuses tu vas ou comme sa la* ».

Nous pouvons donc démarquer trois niveaux de stigmatisation au sein de ce mouvement :

- La stigmatisation de l'autorité
- La stigmatisation par les pairs
- L'auto-stigmatisation

Participer à ce mouvement représente de passer par-delà ces trois niveaux de stigmatisation et de se réapproprié ce qu'on leur reproche.

Ainsi, le #lundi14septembre expose un processus de réappropriation du stigmate rappelant des démarches militantes. Nous ne parlerons toutefois pas de mimétisme cette fois-ci. Le propos des lycéennes s'inscrit presque malgré lui dans un mécanisme de lutte pour l'émancipation des individus, sur lequel nous reviendrons davantage lors du chapitre suivant. Le dernier point à investiguer pour notre réflexion autour de la comparaison du #lundi14septembre et des mobilisations du XXI<sup>ème</sup> siècle est sa thématique. Lors du chapitre 2, les relais de visibilité du mouvement se sont avérés avoir une dimension féministe. Il convient dès lors de s'attarder sur cette notion et de l'appliquer à notre terrain d'étude.

### 3.3 L'imprégnation des thématiques sociales, le féminisme comme modèle

Depuis le mouvement *MeToo*, le féminisme, dans un sens très large et très global, est revenu sur le devant de la scène politico-médiatique. Nous faisons ici l'hypothèse d'un effet de mimétisme : entourées par des nouveaux discours et par des façons de faire, les lycéennes

ont acquis sans en avoir réellement conscience des mécanismes de militantisme plus traditionnel. La mobilisation s'est saisie de « *fenêtres d'opportunités politiques et discursive* » (Cefai, 2007 : 490). Afin de comprendre cette construction, il convient de discuter de la notion sociale au centre de cette imitation, le féminisme.

Les prémices du féminisme datent, officiellement, des années 1850, avec ce qui a été appelé la première vague du féminisme, allant jusque dans les années 1940 (Bertrand, 2018), l'accès au droit de vote pour les femmes en marque le tournant. Le féminisme fut découpé en « vague » afin de pouvoir être étudié historiquement et sociologiquement, caractériser les renouvellements des revendications et contextualiser des faits sociaux. David Bertrand, dans sa thèse soutenue en 2020, explique qu'une « vague féministe » est constatée lorsqu'il y a conjonction de trois critères interdépendants et empiriquement testables : une hausse de l'intérêt dans l'espace public, une transformation des pratiques et/ou des idées ainsi que de la rhétorique militante et enfin le renouvellement générationnel des personnes mobilisées. Toutefois, nous garderons à l'esprit que l'utilisation de cette métaphore des vagues réduit la complexité des contextes (Pavard, Rochefort & Zancarini-Fournel, 2020). L'objectif ici n'est pas de formuler un historique exhaustif du féminisme mais d'accompagner notre lectorat dans l'appréhension générale des grandes tendances du féminisme afin de comprendre notre cas d'étude dans ses spécificités.

Avant même la première vague, le sujet trouve des origines plus anciennes, comme avec la femme de lettres française Olympe de Gouges et sa *Déclaration des droits de la femme et de la citoyenne* en 1791 ou encore avec l'écrivain et philosophe français François Poullain de La Barre qui, dans les années 1670, traitait de l'égalité des sexes dans ces écrits. C'est notamment à lui que l'on doit la phrase que « *l'esprit n'a pas de sexe* ». Il aura influencé d'autres féministes, par exemple Simone de Beauvoir. Cette dernière a d'ailleurs désigné l'écrivaine française Christine de Pizan (1364-1430) comme étant la première femme évoquant la misogynie et les rapports entre les sexes dans ces œuvres. Nous remarquons que la notion de féminisme a plusieurs siècles d'existence derrière elle et qu'elle traitait principalement de l'égalité entre les hommes et les femmes. Néanmoins, le terme est, lui, plus récent. Il apparaît pour la première fois en 1872 dans le pamphlet *L'homme femme* d'Alexandre Dumas fils mais son sens est péjoratif (Pavard, Rochefort & Zancarini-Fournel, 2020). Dix ans après, l'écrivaine et militante Hubertine Auclert se réapproprie le stigmaté<sup>54</sup>

---

<sup>54</sup> Voir 3.2 Se revendiquer en se réappropriant (p 77).



en utilisant ce terme pour son combat militant et désigner l'amélioration des conditions de vie des femmes.

Nous évoquions précédemment la première vague du féminisme. Celle-ci recense plusieurs acquis législatifs pour les femmes, bien qu'une grande partie de ces droits ait mis des années à être appliquée. Par exemple, la loi du 13 juillet 1907 instaure le libre salaire et contribution des époux aux charges ménage. Ce texte stipule que les femmes mariées travaillant peuvent disposer de leur salaire et de leurs biens réservés (c'est-à-dire acquis à la suite de leur travail) mais leur héritage, obtenu avant le mariage, demeure géré par leur mari. Néanmoins, cette loi n'a été que peu appliquée dans les établissements bancaires. Il faudra attendre la loi n°65-570 du 13 juillet 1965 qui réforme les régimes matrimoniaux pour que les femmes puissent vraiment disposer librement de leurs salaires. Cette loi va aussi permettre aux femmes de travailler sans avoir l'accord de leur mari. Cette période du féminisme se base principalement sur la lutte des femmes pour acquérir des droits basiques. La première vague, qui a été définie comme telle qu'après, va venir se clore avec l'acquisition du droit de vote le 21 avril 1944 grâce à l'ordonnance portant sur l'organisation des pouvoirs publics en France après la libération.

La deuxième vague du féminisme est apparue aux alentours des années 60. Ce nouvel élan aborde des thématiques davantage focalisés sur la sexualité ou encore la place de la femme dans la famille. La sortie de l'ouvrage de Betty Friedan *La femme mystifiée* en 1963 (puis traduit en français par Yvette Roudy en 1964) outre Atlantique est un parfois écho de la situation d'une certaine catégorie de femme<sup>55</sup>. A la suite de la Seconde Guerre Mondiale, les américains s'étaient repliés sur des valeurs plus familiales et un grand nombre de femmes ont souffert de se voir de nouveau assignées à l'entretien du foyer, du bien-être de leur mari et de leurs enfants. Leurs préoccupations devaient tourner autour de l'esthétique et du *care*. Le *care* peut être traduit par le fait de « s'occuper de », « se soucier de », « prendre soin » ou « faire attention » (Laugier & Molinier, 2009), on l'associe à différents corps de métier mais il peut également être une attitude, une disposition. Les femmes des années soixante étaient davantage tournées vers le bien-être d'autrui que vers le leur et une forme de frustration, de malaise émergeaient chez certaines de ces femmes, ce que Betty Friedan a baptisé le « problème sans nom ». Les femmes au foyer avaient tout pour être heureuses mais

---

<sup>55</sup> Il faudra encore attendre quelques années pour que le féminisme englobe des thématiques allant au-delà des femmes blanches et de classes plutôt supérieures.

ne l'étaient pas. De même, le *Deuxième Sexe* de Simone de Beauvoir (1949) aura marqué cette deuxième vague (bien que la véritable portée de l'ouvrage n'a pas eu lieu directement à sa sortie) en exposant la place récurrente de la femme en tant qu'objet, considéré comme « l'Autre » de l'homme, placé lui en sujet principal. Elle vient réfuter la place assignée de la femme à la maternité. Lors de la deuxième vague, les femmes ont acquis des droits leur permettant de sortir d'une figure stéréotypée dénoncée par Friedan et de Beauvoir. En décembre 1967, la pilule contraceptive devient légale grâce à la loi Neuwirth. En juin 1970, la loi n°70-459 supprime le statut de « chef de famille » du code civil et substitue la notion de puissance paternelle à celle d'autorité parentale commune au père et à la mère. En décembre 1972, la loi n°72-1143 pose le principe de l'égalité de rémunération entre les femmes et les hommes « pour un même travail ou un travail de valeur égale ». Enfin, nous pouvons terminer de présenter cette deuxième vague en évoquant la loi Veil de 1975 qui vient rendre légal le recours à l'interruption volontaire de grossesse.

La troisième vague féministe débute dans les années 80, mais n'aura que peu d'impact en Europe. En effet, la France va continuer son avancée pour les droits des femmes sans prendre le compte les spécificités de cette nouvelle vague.

Elle s'est donc principalement ancrée aux Etats-Unis et a pris un tournant plus inclusif en prenant en compte des groupes de femmes jusque-là, encore marginalisées : les femmes racisées, les lesbiennes, les prostituées, *etc.* Auparavant, le féminisme se battait presque uniquement pour les droits des femmes hétérosexuelles et blanches, il entre, avec la troisième vague dans l'intersectionnalisme, c'est-à-dire la prise en compte que les individus peuvent subir simultanément plusieurs dominations ou discriminations (sexisme, racisme, validisme, lesbophobie, *etc.*). L'ouvrage *Trouble dans le genre* de Judith Butler (1990) a posé les bases des distinctions entre sexe et genre ainsi que de la réflexion autour de la transidentité (avoir une identité de genre différente du sexe assignée à la naissance), des éléments centraux

A l'entrée du XXI<sup>ème</sup> siècle, le féminisme a été pensé comme dépassé dans le monde occidental : l'égalité est dite atteinte, notamment avec le droit de vote, l'accès à l'IVG, à la contraception et toute une multitude de droits législatifs communs. Le féminisme a connu une résurgence dans les années 2010 le faisant entrer dans sa quatrième vague bien que le concept fut vivement discuté. Tout comme lors de la deuxième vague, on a reproché aux femmes de tout avoir mais de n'être pas satisfaites. En effet, légalement, les femmes ont les mêmes droits que les hommes, le même accès aux lieux de pouvoir, de décision, de parole,

*etc.* Nous nous appuyerons sur les éléments cités précédemment par David Bertrand (2020), afin de décider si nous parlerons d'une quatrième vague féministe ou non.

Selon la sociologue Nickie D. Phillips (2016), il y a quatre éléments contextuels internationaux qui ont marqué le commencement de cette quatrième vague. Le premier survient en janvier 2012 dans le Missouri, aux Etats-Unis. Il s'agit du viol de Daisy Coleman, âgée alors de 14 ans (qui s'est suicidée en août 2020) par Matthew Barnett (17 ans au moment des faits). Le deuxième événement s'est produit en août 2012. Une lycéenne à Steubenville (Ohio, Etats-Unis) a été violée alors qu'elle était ivre et inconsciente. Le viol a été retransmis, parfois même en direct par des vidéos et des photos sur les réseaux sociaux numériques. Le troisième élément a lieu en décembre 2012, à New Delhi, en Inde. Jyooti Singh, jeune femme de 23 ans, a subi un viol collectif par un groupe d'hommes dans un bus qui l'ont également battue. Elle est décédée de ses blessures quelques jours plus tard. Ces trois faits-divers ont bénéficié d'une couverture médiatique assez importante. Le dernier élément mis en avant par la sociologue est un objet de la pop-culture. Il s'agit de la chanson *Blurred Lines* de Robin Thicke en collaboration avec Pharrell Williams et T.I., sortie en 2013. Cette musique a été accusée de promouvoir le viol à travers ses paroles « *I know you want it, you're a good girl* »<sup>56</sup> et en parlant de « limites floues », réfutant l'idée du consentement et laissant supposer l'idée que lorsque l'une femme dit « Non », elle veut dire « Oui ». Le clip a également été pointé du doigt. Réalisé par Diane Martel (qui a produit de nombreux clips allant de Beyoncé à Mariah Carey), l'équipe avait pourtant été constituée en majeure partie de femmes<sup>57</sup>. Mais les paroles de la chanson, associée à la mise en scène de femmes presque nues aux côtés d'hommes habillés ont donné à voir une réification de la femme qui a eu du mal à passer et fait couler beaucoup d'encre, des années après encore<sup>58</sup>.

Ces quatre éléments ont en commun une forme de banalisation des agressions sexuelles et du viol. La notion de « culture du viol » a émergé à travers ces événements et est devenue de plus en plus présente dans la rhétorique militante. L'écrivaine française Valérie Rey-Robert définit la culture du viol comme étant « *la manière dont une société se représente le viol, les victimes de viol et les violeurs à une époque donnée. Elle se définit par un ensemble*

---

<sup>56</sup> « Je sais que tu le veux, t'es une gentille fille »

<sup>57</sup> Ratajkowski, Emily. (2022). *My body*. Seuil

<sup>58</sup> La mannequin Emily Ratajkowski a accusé le chanteur Robin Thicke en 2021 de l'avoir agressé sexuellement sur le tournage du clip.

de croyances de mythes et d'idées reçues autour de ces trois items. On parle de 'culture' car ces idées reçues imprègnent la société, se transmettent de générations en générations et évoluent au fil du temps » (Rey-Robert, 2020 : 37). Cette notion rappelle ce que nous avons évoqué précédemment<sup>59</sup> avec notamment la culpabilisation des femmes et le reproche aux lycéennes de dévoiler leur nombril pour se rendre au lycée.

Néanmoins, la quatrième vague féministe a connu un véritable retentissement mondial à la suite de la révélation en octobre 2017 par le *New York Times* et le *New Yorker* des faits d'harcèlements et d'agressions sexuelles de la part d'Harvey Weinstein, alors grand magnat de l'industrie cinématographique américaine. L'omerta autour des agissements de H. Weinstein explose et provoque un impact international, découlant sur le mouvement *#MeToo* et ses nombreuses variantes (*#BalanceTonPorc*, *#MoiAussi*, *#QuellaVoltaChe*, *#Nãoénião*, etc.). Le retentissement de cet événement numérique dans des sphères médiatiques traditionnelles a permis de publiciser l'existence d'un activisme présent sur Internet depuis plus d'une décennie (Breda, 2022).

Le propos de Bertrand (2018) se confirme, nous sommes donc dans la 4ème vague du féminisme : il y eu une hausse de l'intérêt dans l'espace public (notamment avec la couverture médiatique internationale de ces éléments), une nouvelle génération de militantes a repris des thématiques de mobilisation et les pratiques militantes ont évolué, en mobilisant l'usage du numérique. Cette quatrième vague voit arriver une mouvance internationale des campagnes féministes « 2.0 » (Hübner & Pilote, 2020). Le numérique, comme nous l'avons vu précédemment, offre de nombreuses possibilités de mise en visibilité d'une action ou d'une information et de sa diffusion, influant ainsi sur le processus de publicisation des discours féministes grâce à cette chambre d'écho supplémentaire (Joüet, Nieymer & Pavard, 2017).

Ainsi, le *#lundi14septembre* semble se présenter comme une lutte féministe, dans son processus de publicisation, comme dans ces caractéristiques d'action. Tout d'abord, les relais de visibilité ont apporté un vernis féministe à l'action. Ensuite, les discours de revendication se positionnent comme une volonté d'égalité entre les lycéens et les lycéennes et en opposition à des discours qui ont servi la domination masculine au cours de l'histoire.

---

<sup>59</sup> Voir 3.2 Se revendiquer en se réappropriant (p 77).

Enfin, l'essence du processus militant utilisé à travers la réappropriation du stigmate rappelle d'autres actions féministes.

Pourtant, le vernis s'effrite. Même si la vidéo de manougtrr (n°72) expose un discours féministe dans son audio, au sein duquel on peut entendre « *Ce n'est pas nos crop top qui sont trop court mais vos mentalités. Si les lesbiennes et bisexuelles ne se sentent pas excitées à la vue de nos crop tops ce n'est peut-être pas le vêtement le problème. Habillez vos filles, non. Eduquez votre administration, oui. C'est notre bourrelet de 2 cm qui vous excite ? On ne cherche pas de conflit ni d'agressivité, au contraire, notre seul but est d'être content, libre, de s'habiller comme on le souhaite et d'étudier dans une bonne ambiance. Administration is trash. Pourquoi toujours sexualiser le corps de la femme ? Y a pas plus grave que nos ventres qui sortent d'un tee-shirt ? Le féminisme est l'affaire de tous, y compris des hommes. Féministes tant qu'il le faudra ! I'm a feminist, what is your superpower ? Ne dites pas à vos filles de ne pas sortir, dis à vos fils de bien se comporter.* », elle fait office d'exception. Les lycéennes interrogées, bien que défendant parfois des valeurs féministes, ne se considèrent pas réellement comme telle et ne sont pas du tout militantes. Elsa-tlsp (entretien 6) explique « *Je dirai que je vais soutenir la cause [le féminisme], que cela m'intéresse, si on me demande de débattre dessus je vais avoir des arguments mais je ne suis pas forcément en mode ... pour revenir à Tiktok y en a qui ferait des comptes féministes, tout ça, je suis pas là-dedans quoi. Mais je pense que c'est une cause importante quand même* » mais pour elle, ce n'est pas du militantisme « *Je pense que quelqu'un qui est militant il va plus s'impliquer on va dire que ce que je fais, moi je vais juste faire une vidéo ou alors si on me demande de donner mon avis. Je pense qu'un militant c'est vraiment quelqu'un qui va venir, j'en sais rien, faire des manifs, faire des actions plus poussées on va dire* ». Une autre lycéenne (Anonyme 1 - entretien 4) a le même ressenti, elle ne considère pas non plus comme militante « *Non non pas du tout* » et juste « *un peu [féministe] mais après pas vraiment, je ne suis pas extrême* ». Elle perçoit parfois le féminisme ambiant actuel ainsi, ce qui signifie pour elle « *Euh bah y en a souvent qui se disent féministes sauf que elles le sont mais peut-être un peu trop au dessus des hommes* ». Imélancolie (entretien 5), qui approuve cette idée de ne pas tomber dans l'extrême, se considère pourtant comme féministe et militante « *je dirais les deux car n'importe qu'elle femme est féministe (logiquement) et militante mais pas extrême je défends ce qu'il y a à défendre* »<sup>60</sup>.

---

<sup>60</sup> Elle n'a pas souhaité donner davantage de précision.

Avec une jeunesse « *très composite et diverse* » (Ion, 2017 : 178), il n'est pas étonnant de voir des nuances et différentes opinions au sein d'une même mobilisation. Le sens investi par les individus est différent et là où certaines ont vu une occasion de laisser exprimer leur féminisme, d'autres se sont simplement amusés à participer à la tendance du mouvement sur TikTok, que ce soit pour gagner en visibilité ou par simple amusement. Malgré tout, la majorité du mouvement n'y investit pas une dimension féministe forte. Après avoir analysé les hashtags en description des vidéos, trois que nous pourrions assimiler à une forme de féminisme sont ressorti à des récurrences très faibles #sexism à 14%, #girlpower à 3% et #feminism à 1% tandis que la mobilisation d'un hashtag permettant de gagner en visibilité (#pourtoi, #foryou, #fyp) a eu lieu dans 48 % des descriptions. Il n'y a donc aucune adéquation entre le vernis militant et féministe perçu du mouvement et la réalité vécue par ses actrices principales (ou même par la rhétorique utilisées dans les métadonnées). Alors que l'on aurait pu penser à une mobilisation à caractère féministe de par le répertoire d'action utilisé, la thématique et les éléments de langages utilisés pour la couverture médiatique, le sens investi par les lycéennes dans cette action n'est pas en lien avec le militantisme féministe. Cela nous ramène à la pensée de Max Weber (Lallement, 2017) : l'histoire est indéterminée. Suivant sa pensée, le monde social n'est pas soumis au déterminisme et ce qui est présenté par des relais d'influence comme du féminisme, bien qu'il puisse en avoir certains codes, n'en est pas.

## Conclusion Partie 1

Depuis 2017, le monde a vu un nouveau RSN venir s'ajouter à la liste de ceux déjà existant : TikTok. Contrairement à une bonne partie des autres, celui-ci ne vient pas des Etats-Unis mais de Chine, entraînant avec lui un nouvel acte dans la lutte pour l'impérialisme culturel. Cette plateforme a suscité de l'intérêt au sein du monde de la recherche en SIC et est devenu un objet d'étude prisé auquel nous avons également succombé. Il est bien sûr possible de nuancer la légitimité d'étudier un RSN dont le public est particulièrement jeune. En effet, la mobilisation de notre étude concerne des lycéennes, soit un public mineur, réduisant les chances d'exposer une réelle volonté politique dans leur usage de la plateforme.

Néanmoins, nous avons souhaité comprendre le fonctionnement de TikTok qui, dans un premier temps, semblait valider les différents mythes quant à la numérisation de l'espace public en proposant des modalités d'accès à la parole à la prétention plus égalitaire en apparence, constituant notre première hypothèse de recherche. De par le fonctionnement des algorithmes et son fonctionnement socio-économique, il est apparu que le terme d'espace public numérique ne correspondait pas. Nuancer ce propos avec la caractéristique d'un espace « semi » public numérique a permis d'avancer dans notre réflexion mais l'étude des modalités de parole sur TikTok est venue réfuter cette hypothèse. Présentant une facilité d'accès, la parole et l'audibilité de celle-ci n'est pour autant absolument pas garantie et le sentiment de non-professionnalisme s'estompe avec la création de nouveaux savoir-faire qu'il faut maîtriser pour espérer être entendu. De ce fait, TikTok n'est pas un espace public numérique au sein duquel les citoyens peuvent échanger des arguments et raisonner collectivement afin d'aboutir à un arbitrage concernant la chose publique (Romeyer, 2011). Bien sûr, l'espace public traditionnel nécessite lui aussi des compétences, la différence avec TikTok est la dimension économique de ces usages. Le RSN est donc davantage une arène publique, à l'intérieur de laquelle les individus peuvent définir leur problème et viser une forme d'intérêt public. Parmi les nouveaux types d'échanges permis par TikTok, nous remarquons que, même si la parole n'a pas la même portée, les sujets ont chacun la possibilité de devenir un émetteur, donnant à voir une communauté et une dynamique participative (Péquignot, 2018). Ainsi, TikTok peut avoir les traits et l'apparence d'un espace public numérique mais son système de fonctionnement même l'en empêche. Néanmoins, il peut garder un rôle dans le processus de publicisation d'une thématique publique.

Autrefois d'un usage presque exclusif des groupes militants, les revendications sociales du XXI<sup>ème</sup> siècle s'étendent aux publics profanes grâce notamment aux outils numériques. Toutefois nous avons démontré que cela relevait d'un mimétisme plutôt que d'un réel engagement social ou militant. En effet, le vernis féministe porté par les relais de visibilité du #lundi14septembre s'est effrité. Les lycéennes ont repris des codes préexistants grâce à leurs connaissances du RSN. Elles se sont saisies d'un objet de divertissement et se sont regroupées en usant d'une forme de mimétisme de leur environnement, au sens large du terme. Elles se sont réappropriées un stigmaté, elles ont défini un problème public et mobilisé un répertoire d'action militant actuel, attirant ainsi, malgré elles, de la visibilité publique sur leur mouvement. Cette publicisation n'était pas leur objectif premier et la partie 2 de cette thèse s'attellera à le définir et à le comprendre.

Cette première a délimité notre terrain d'étude et a défini ce à quoi nous avons affaire. Au cours de la suite de ce travail, nous investiguerons les enjeux d'une mobilisation sur une scène publique, répondant plus à une forme d'exposition de soi individualiste qu'à des dimensions collectives même si ces dernières restent perceptibles (Partie 3).



## **DEUXIEME PARTIE**

### **S'exposer sur une scène publique numérique**

## Introduction Partie 2

Au cours de la partie précédente, nous avons expliqué en quoi le #lundi14septembre paraissait, à première vue, s'inscrire dans un espace public numérique. Puis nous avons démontré, point par point, qu'il ne s'agissait que d'une illusion et que nous avions affaire à une scène publique numérique. Cependant, l'action de se mobiliser s'est réalisée. L'objectif de cette partie est de comprendre quelles sont les différentes raisons poussant les individus à se mobiliser et, plus particulièrement, celles de ces lycéennes et ces lycéens.

L'accessibilité et la popularisation des nouveaux outils numériques permettent à la fois aux groupes militants d'avoir accès à de nouveaux répertoires d'action et à tout un chacun de les mobiliser comme de nouveaux lieux d'expression. Ils donnent alors la possibilité aux individus de s'expérimenter. Nous entendons par là l'occasion de s'inscrire dans une quête de soi plus au moins conscientisée. Les sujets que nous étudions sont dans la période adolescente, un moment de transition entre l'enfance guidée exclusivement par le cercle familial et l'âge adulte. Ils sont alors aux prises avec une quête de découverte de soi, d'émancipation et de construction de soi, ce que nous étudierons à travers les traces qu'ils laissent d'eux-mêmes. La façon de créer un contenu et le choix des hashtags l'accompagnant disent des choses du sujet. Il faudra évidemment garder en tête le biais du choix du hashtag : notre corpus ayant été constitué à l'aide du #lundi14septembre, il exclut *de facto* le contenu brut ayant aussi trait à la mobilisation. La mobilisation de cet hashtag par les sujets étudiés montre leur volonté de s'inscrire dans un collectif, ce dont nous discuterons dans la partie suivante.

Nous porterons notre attention sur la question de la visibilité. Utiliser un hashtag en tendance permet à l'individu d'essayer de faire référencer au mieux son contenu sur la plateforme. Les algorithmes, grâce à ces indicateurs, vont pouvoir structurer et choisir le type de contenu à mettre en avant. De ce fait, les hashtags bénéficiant de visibilité sont utilisés aussi pour du contenu sans rapport. Ayant déjà commencé à traiter de cette notion de visibilité dans la partie précédente avec notamment la notion de publicisation, nous irons plus loin afin de comprendre les tenants et les aboutissants de cette recherche de visibilité à l'échelle individuelle. Loin d'être une problématique singulière, des facteurs externes vont venir l'impacter, notamment la plateforme en elle-même. Le propos développé est alors uniquement valable pour TikTok (bien qu'une étude des autres RSN puisse faire émerger des variables communes).

La promesse émancipatoire et égalitaire du numérique apparaîtra alors comme un leurre. Les lycéennes ont grandi avec ces outils numériques et ont baigné dans une forme d'idéal qui leur fait croire que l'usage de ces outils leur donne une chance d'amélioration de leur existence (Granjon, 2010). Ce qui était perçu comme une forme d'utopie, un dispositif hétérotopique (Foucault, 1967) un lieu hors du réel, n'est en réalité qu'un des rouages du système d'habitudes sociales servant la reproduction (Bourdieu, 1970).

Ainsi, nous commencerons cette partie par investiguer les raisons à la mobilisation *via* le prisme de la notion de liberté. En effet, la tranche d'âge correspondant au #lundi14septembre est environ celle de 15 à 18 ans. C'est une période durant laquelle nous sommes habituellement au lycée, qui se trouve à la jonction entre l'enfance et la majorité, une période importante dans le cadre de l'émancipation du cadre familial et dans la construction de soi. Nous proposerons une catégorisation des motivations afin de structurer les sujets étudiés. Puis, grâce à la notion d'identité numérique, nous reviendrons sur la notion de visibilité, déjà abordée lors du chapitre 2. Cette quête passe par une exposition de soi laissant des traces, de façon plus ou moins consciente, pouvant nuancer le caractère émancipatoire. En effet, nous terminerons cette partie en interrogeant la notion de tendance sur les RSN, très normée et codée, donnant à voir une vision presque unique de la société.

## Chapitre 4

### S'indigner pour se regrouper, une nouvelle forme de visibilité

Les individus ont diverses raisons de se mobiliser. Daniel Cefaï (2007) explique qu'un déplacement des motivations et des aspirations s'est produit, entraînant les sujets vers de nouvelles formes d'engagement public, plus mobiles et moins absolues. Les groupes militants, les associations, les collectifs ont à leur disposition des outils numériques leur donnant accès à des nouveaux répertoires d'actions. Mais ces outils ne sont pas de leur seul apanage, les générations actuelles les utilisent comme de nouveaux lieux d'expression qui peuvent se transformer en scène publique numérique.

En outre, expérimenter des formes d'injustice lors de son adolescence est courant. Les nouvelles sociabilités permises grâce aux RSN donnent une chambre d'écho supplémentaire aux expressions de cette injustice. En commençant par expliquer la recherche de liberté propre à chaque être humain, ce chapitre va chercher à expliquer les raisons qu'ont les individus à se regrouper en ligne en s'appuyant sur les rhétoriques émancipatoires utilisées. Nous terminerons en proposant une catégorisation des motivations allant de la motivation intrinsèque orientée vers autrui aux motivations orientées vers soi.

#### 4.1 Faire l'expérience de l'injustice

Le #lundi14septembre a défini un problème public<sup>61</sup> que le public concerné a souhaité combattre en se réappropriant ce qui lui était reproché, dans un processus de retournement du stigmaté.<sup>62</sup> L'expérimentation par les lycéennes d'une situation problématique fut l'élément déclencheur de la mobilisation.

Cette mobilisation peut se lire comme une forme de recherche de liberté. Pour autant, qu'est-ce donc qu'être libre ? Il est possible de distinguer trois entrées de réflexion autour de la liberté. En premier lieu, la définition générale est un état de non contrainte, la possibilité

---

<sup>61</sup> Voir 2.1 Le mécanisme de la publicisation : définition du problème public (p 40).

<sup>62</sup> Voir 3.2 Se revendiquer en se réappropriant (p 77).

d'agir sans contraintes extérieures à l'individu. Dans une vision plus politique, la liberté est la condition de celui ou celle qui n'est pas esclave et qui bénéficie d'une possibilité d'action reconnue par la loi (en opposition à l'individu qui est en prison). Enfin, dans une approche métaphysique, la liberté est le pouvoir propre à chacun d'être la cause première de ses actes et ses choix. En raison de cette polysémie, nous pouvons établir qu'il est possible pour chacun de lutter pour sa propre liberté, en fonction du sens qui sera investi derrière. Selon Manon Garcia (2018), qui travaille notamment sur la soumission consentie, il serait contre nature de vouloir autre chose que sa liberté. Pourtant, de La Boétie (1576) explique que le tyran n'a de pouvoir que parce que la foule s'y soumet : en extrapolant le propos, la réglementation des lycées concernant les tenues vestimentaires tient car toutes les lycéennes la respectent (avec peut-être également une certaine pression du côté du cercle privé, notamment la famille) et sont tenues par les sanctions. Si les élèves ne ressentent pas de crainte envers la sanction, si elles n'ont pas peur des réflexions, des mots dans le carnet de liaison, de l'impossibilité de rentrer dans l'établissement scolaire, des heures de colle, *etc.* alors pourquoi respecter les règles ? Cette angoisse encourage donc la majorité des lycéennes à respecter les codes vestimentaires imposés, que ce soit parce qu'elles sont d'accord avec ou qu'elles sont habituées à respecter l'autorité, indépendamment de la sanction. Néanmoins, « *la soumission apparaît comme une faute morale contre laquelle on espère parvenir à se prémunir* » (Garcia, 2018 : 212) et Garcia s'appuie sur La Boétie et Rousseau pour justifier de cette faute morale : se soumettre serait un renoncement à la nature humaine. Cela rejoint ainsi la thèse de l'existentialisme : l'être humain est une liberté et son existence précède l'essence. Ainsi, il est impossible de se soumettre volontairement car cela serait un renoncement à la liberté.

Toutefois, De Beauvoir (1947) nuance le propos en affirmant que la liberté est certes la nature de l'être humain mais elle est en puissance. L'enfant est un être soumis qui va chercher à conquérir sa liberté au fur et à mesure qu'il en prendra conscience. En grandissant, l'enfant occidental prend conscience de sa part d'agentivité et des leviers d'action sur lesquels il peut influencer pour la conquête de sa liberté. Les lycéennes, en étant mineures, sont au cœur de ce processus de transformation : durant l'adolescence, elles prennent conscience de leur soumission en tant qu'enfant et mobilisent peu à peu leur capacité d'agir, elles la testent et la découvrent. Cette recherche de liberté vestimentaire pour se rendre au lycée découle de la situation problématique qu'elles ont identifiée.

Ce ressenti peut être interprété comme de la frustration relative. Initialement développée par Alexis de Tocqueville au XIX<sup>ème</sup> siècle, la notion a été reprise dans les années 1970 par le politologue américain Ted Gurr (Dubet, 2017). La frustration relative relève d'un état dû à une satisfaction attendue mais refusée, c'est-à-dire des choses qu'une personne serait supposée en droit d'attendre de sa condition et de sa société sans finalement y avoir accès (Neveu, 1996). Il y a donc un décalage entre des attentions sociales construites et la perception du présent. Daniel Cefaï (2007) parle lui de « tensions » vécues par les individus face à un décalage entre des horizons d'expériences et d'attentes (qu'elles soient personnelles ou collectives) et les situations auxquelles ils doivent s'ajuster. Ce sentiment va alors pousser les individus à se mobiliser. La dimension affective tient une place prédominante dans les mobilisations actuelles, notamment celles issues d'un engagement « post-it ». Celui-ci a été théorisé par Jacques Ion (1997) comme l'évolution contemporaine de l'engagement à la suite de l'apparition de nouvelles modalités sociétales. Le post-it est « *le nouveau modèle circonscrit des rassemblements de durée limitée, sur des objectifs restreints, contractuels en droit comme en fait, généralement à l'intérieur de groupement mono fonctionnels* » (Ion, 1997 : 80). Cette forme de mobilisation est ponctuelle et attend une réponse rapide et efficace, contrairement à l'engagement « timbre », plus long et moins pluriel. La dimension éphémère du post-it répond à la culture de l'immédiateté<sup>63</sup> de notre société contemporaine : tout doit être rapide, de la mobilisation à la réponse. Les générations actuelles semblent apprécier les contenus à durée de vie assez courte, en témoigne l'engouement pour les *shorts*<sup>64</sup> sur Youtube, les *stories* sur Instagram et Snapchat restant visibles 24h ou tout simplement TikTok, qui a d'ailleurs poussé les autres RSN à se repenser afin de pouvoir rester en concurrence. La part émotionnelle dans une mobilisation peut alors répondre à des besoins narcissiques<sup>65</sup> ou découler d'une forme de frustration.

Selon François Dubet (2017), celle-ci est quelque chose de naturel et d'inhérent à chaque être humain. Mais elle sera également plus forte lorsque les individus évoluent dans une société qui présuppose l'égalité. En France, l'article premier de la Constitution française « assure l'égalité devant la loi de tous les citoyens sans distinction d'origine, de race ou de religion » et explique que « la loi favorise l'égal accès des femmes et des hommes aux

---

<sup>63</sup> Voir 3.1 Les mutations du militantisme (p 68).

<sup>64</sup> YouTube Shorts est une plateforme permettant de partager des vidéos limitées à soixante secondes.

<sup>65</sup> Voir 4.3 Se regrouper en ligne : une catégorisation des motivations (p 115).

*mandats électoraux et fonctions électives, ainsi qu'aux responsabilités professionnelles et sociales* ». Malgré la différence entre la théorie et la pratique, la France demeure un pays démocratique où l'égalité et la liberté restent bien plus présentes que dans de nombreux autres pays du monde. Néanmoins, le régime démocratique peut trouver une limite et provoquer une frustration car jamais l'égalité sociale ne peut être totalement assurée (Dubet, 2017). Partant de cette prétendue égalité, les lycéennes devraient avoir les mêmes droits que les lycéens concernant les tenues vestimentaires, et l'affiche à l'origine du mouvement aurait dû exposer également des corps masculins, comme nous l'avons vu précédemment. Vivant dans une société leur répétant qu'elles sont égales à leurs camarades masculins (et plus généralement aux hommes), il semble inévitable que des jeunes filles, si elles remarquent une discrimination, protestent. De plus, la médiatisation des discours féministes donne un exemple et de nouvelles grilles de lecture permettent aux lycéennes de décoder le monde qui les entoure. Cela leur offre des visions d'autonomisation en tant qu'individu et d'émancipation des femmes, avec notamment la diffusion des idées féministes<sup>66</sup> (Octobre, 2014). Les nouvelles formes de sociabilités offertes par les RSN leur ont permis de partager des ressentis et des expériences communes, comme des exclusions dues aux vêtements ou des lycées qui interdisent certains habits. Là où, auparavant, le cercle social d'un adolescent se réduisait à sa famille et ses amis au sein d'un établissement scolaire ou d'une association de sport et/ou loisirs, il peut maintenant échanger avec des milliers d'individus à travers la France, voire à travers le monde. En fonction du RSN choisi, le type de visibilité impacte le type de sociabilité en articulant d'une certaine façon les relations en ligne et hors ligne. Sur TikTok, avec le système de visibilité en phare, il devient facile de se regrouper en fonction d'idéologie commune. Ainsi, le petit groupe à la récréation qui s'indigne contre une réglementation peut devenir une mobilisation en ligne rassemblant tous ces petits groupes pour leur permettre de former une sorte de collectif.

Dans le cadre du #lundi14septembre, les lycéennes ont perçu une différence de traitement en raison de leur genre quant à leur accès aux établissements scolaires (voir figure 26).

---

<sup>66</sup> Voir 3.3 L'imprégnation des thématiques sociales, le féminisme comme modèle (p 83).



Figure 26 - Capture d'écran vidéo 47

La frustration relative est donc visible au travers de plusieurs éléments de langage analysés dans les vidéos « *Lundi 14 septembre mettez un crop top ou une jupe pour montrer que les filles aussi ont le droit de porter ce qu'elles veulent* » (vidéo 9), « *Message a toute les fille qui vois se TikTok. Le lundi 14 septembre. On s'habille tous de façons 'provocant'. Pour leur montrer qu'on s'habille tous comme on veux. Et que ces au gars de ce tenir* » (vidéo 49), « *Pourquoi les garçons peuvent s'habiller comme ils veulent et pas nous ?* » (vidéo 91) ou encore « *On est libre de s'habiller comme on veux les gars on cas se contrôler* ✨🌟 #lundi14septembre

*#viral #fyp シ #pourtoi* » (vidéo 96).

Ce sentiment ressort également lors des entretiens. Elsa-tlsp (entretien 6) raconte « *Y a un moment on ne peut pas mettre de tee-shirt à bretelles par exemple car on voit nos épaules, on ne peut pas mettre de jean à trous parce qu'on voit nos genoux. Il y a des surveillants qui nous scotchaient les jeans ou alors ils nous mettaient une feuille A4 et ils nous scotchaient la feuille sur le jean ! C'était vachement sympa, ça aussi.* ». Elle y voit une forme d'injustice « *Oui bah justement ça on le dit beaucoup parce que 'Oui dans le règlement intérieur on n'a pas le droit aux shorts mais les garçons eux ils mettent des shorts !' par exemple. Et ils vont nous répondre que ce n'est pas pareil, parce que c'est des garçons, parce que les filles si on leur autorise des shorts après cela va être trop court. Niveau sanction même par rapport au short ... enfin moi mon établissement ils en ont viré plusieurs parce que c'était très, trop court ou alors ils appelaient les parents, ils donnaient des conseils d'éducation, de disciplines.* » Romane.rz (entretien 2) explique « *Cette trend était d'abord un message pour toutes les filles qui reçoivent des remarques déplacées vis à vis de leur tenue dans les établissements scolaires. C'était un sujet qui me tenait à cœur et c'est donc pour cela que j'ai choisi de participer à ma façon.* »

Ces perceptions vécues par les individus semblent les amener vers ce qu'Axel Honneth (1972) appelle « l'expérience du mépris » qui entretient la mobilisation à travers « un



*processus pratique au cours duquel des expériences individuelles de mépris sont interprétées comme des expériences typiques d'un groupe tout entier, de manière à motiver la revendication collective de plus larges relations de reconnaissance* » (Honneth, 1972 : 194).

Sauf à mener une enquête auprès de tous les établissements scolaires (privés et/ou publics), il est impossible de savoir si cette discrimination basée sur le genre est à tendance dominante ou non dans la société française. Le témoignage de romane.rz, retranscrit précédemment, laisse sous-entendre cette généralité en appelant à une forme de solidarité<sup>67</sup> : tous les établissements scolaires de France empêchent l'accès à l'éducation des jeunes filles dévoilant un peu trop leur corps ou alors elles sont stigmatisées. Mais cette expérience du mépris ne doit pas être généralisée et il convient de nuancer le propos afin de ne pas tomber dans un débat polarisé. Dans les commentaires accompagnant les vidéos, des lycéennes sont venues apporter leur témoignage quant à leur expérience dans leurs lycées respectifs et il y a différents points de vue de réglementation sur la question de ces vêtements, comme on peut le voir dans l'exemple de quelques commentaires extraits de la vidéo 8 (voir figure 27).

5	cassandragareau1	Cassandra Gareau	12/09/20 15:10:38	1918	Au lycée si ont le fait on ce fait viré 😊
22	thylaaane_	thylane	12/09/20 15:15:01	2	je veux bien le faire mais dans mon collège on a pas le droit 🙅
47	llagwallowz	💖✨	12/09/20 15:16:53	1	moi j'ai grave de la chance dans mon lycée on peut s'habiller vraiment comme on veut et il n'y a aucun jugement 🙅🙅
151	thelmap33	Thaïs	12/09/20 15:35:09	0	Au collège on a déjà pas le droit aux bretelles alors...
261	_lisette	Lisette	12/09/20 16:05:24	0	Je suis dans un lycée particulier et tout le monde s'habille/se maquille comme ils le veulent donc venez dans mon lycée en fait
271	li.l.crusty	Lil' Crusty	12/09/20 16:06:48	0	Dans mon lycée si on viens comme ça on nous dit absolument rien 😊
347	elia.brb	Eliouch	12/09/20 16:23:23	0	nous on a le droit dans notre lycée

<sup>67</sup> Voir 8.2 La dynamique des nouvelles sororités (p 221).

446	ff_e261	:)	12/09/20 16:46:02	0	dans mon lycée les filles s'habillent comme elles veulent juste les jeans à trou on a pas le droit
1199	chloe.bsmrt	chloé	13/09/20 10:10:57	2	euh moi il me semble que c'est autorisé dans mon lycée, je vois tout le monde en porter depuis le début de la rentrée 📱♀

Figure 27 - Extraits commentaires vidéo 8

L'effet de loupe sur cette problématique, amplifié par les RSN, peut laisser croire qu'il s'agit d'une généralité et non de cas isolés. Pourtant, plusieurs témoignages laissent penser le contraire. Ils vont venir accentuer cette idée qu'il s'agit de quelque chose d'universel, que les lycéennes sont stigmatisées à travers des remarques sexistes sur leurs corps. Mariarebeccasirianni



Figure 28 – Captures d'écran vidéo 3

(vidéos 3, 27 et 51), dans sa vidéo avec le plus de visibilité (la 3, voir figure 28), se met en scène en train de se rendre au lycée, à travers trois plans, sur lesquels on pouvait lire « *Voilà comment je suis habillée aujourd'hui* », « *Vais-je rentrer en cours ?* » et « *Ma tenue;* », laissant supposer un établissement scolaire à la réglementation stricte quant au port de *crop top*. Pourtant, un paradoxe apparaît au sein de ses propos tenus lors de l'entretien « *J'ai eu souvent des remarques de l'école au collège. Au lycée pas du tout, sauf pour les jeans troués qui était le seul stop que mon établissement mettait* ». La tenue sur la vidéo se compose d'un *crop top* rouge, d'un pantalon olive et de baskets rouges, trois vêtements autorisés donc par son établissement scolaire. Le contenu de la vidéo qui, en premier lieu, semblait être une documentation du mouvement du #lundi14septembre avec une expérience sur l'acceptation du *crop top* au sein du lycée, se révèle être une mise en scène, avec une volonté d'exposition de soi (sa personne et sa tenue), le résultat de l'expérience étant connu dès le début.

Néanmoins, cela ne signifie pas pour autant qu'elle ne se sent pas concernée par le motif de la mobilisation. En s'appuyant sur la *Sociologie de l'expérience* (1994) de François Dubet,

il est réducteur de penser que, parce qu'elle s'est mise en scène de façon très marquée dans sa vidéo, mariarebeccasirianni (entretien 1) est dénuée de toute forme de sensibilisation à la mobilisation. Chaque individu est multiple et porté par plusieurs logiques d'action. Quand elle est interrogée sur les raisons de sa participation au mouvement, elle explique « *J'avais décidé de faire cette vidéo parce que moi je m'habille pratiquement que de manière considérée provocante. Donc crop top, des hauts moulant. Court. Transparent. Etc etc. Et je me suis dit qu'il n'y a rien de mal à s'habiller comme on veut. Dans mon entourage il n'y a que moi qui fait ce genre de chose ahah, je sais pas si ça a influencé quelqu'un mais je l'espère vivement. J'espère avoir aidé des personnes à s'accepter telles qu'elles sont* ». Les lycéennes du #lundi14septembre sont des sujets qui tentent de se réaliser comme maîtresses de leurs actions. De cette façon, l'expérience de la frustration les pousse à s'inscrire dans un cheminement vers l'émancipation afin de tester leur liberté en puissance en mobilisant leur capacité d'agir. Ce processus leur permet de quitter le monde de l'enfance et de commencer à s'affirmer en tant que sujet, hors du cercle familial.

#### 4.2 De l'individualisation à l'individuation, une rhétorique émancipatoire

En discutant précédemment des mutations du militantisme<sup>68</sup>, nous avons évoqué l'individualisation de la société actuelle, accentuée par des organismes mondiaux comme les services de livraison, les plateformes de *streaming*, etc. La privatisation croissante des entreprises et des services accentue ce phénomène. Par exemple, en 2004, Air France et France Télécom sont rachetées par des sociétés privées, tout comme Gaz de France en 2008. Plus récemment, la SNCF, l'entreprise ferroviaire publique française, perd le monopole sur le transport ferroviaire français avec l'ouverture à la concurrence en 2021, permettant à des compagnies étrangères de s'implanter. Pour certains, cette ouverture à la concurrence permet de baisser les salaires des employés<sup>69</sup>. Outre les problématiques liées à l'économie libérale, qui ne sont pas notre sujet ici, cette individualisation a un impact sur les sociabilités entre

---

<sup>68</sup> Voir 3.1 Les mutations du militantisme (p 68).

<sup>69</sup> *Observatoire des multinationales*, consulté le 23 avril 2024 <https://multinationales.org/fr/actualites/comment-la-sncf-a-cree-des-centaines-de-filiales-pour-mieux-preparer-la>

les individus, perpétuellement à la recherche de système de personnalisation plus poussés. L'individualisation amène à penser la société autrement que comme un ensemble hiérarchisé de corps, de corporations ou d'états, tel que se représente la société d'Ancien Régime (Ion, 1997). Il est dorénavant possible de penser les individus autrement qu'à travers leurs groupes d'appartenance (Ion, 1997). La société se fonde sur l'échange, la différenciation sociale, la division du travail et la « solidarité organique » (Flipo, 2011). Celle-ci, en proposant une solidarité construite sur les différences entre les individus et leur complémentarité, s'oppose à la « solidarité mécanique » basée sur les similitudes entre les individus. Sur les RSN, la « solidarité organique » est prédominante et régulièrement mise en avant dans le contenu mais aussi dans les façons de faire des individus.

Au départ du #lundi14septembre, le propos de la revendication tournait autour de la possibilité pour les lycéennes de venir au lycée vêtues avec un *crop top*, un vêtement très à la mode surtout en période estivale. L'action entendait lutter contre la sexualisation du corps des lycéennes et leur objectification, comme cela est évoqué dans la description du compte d'origine (voir figure 29) et repris dans certaines vidéos (voir figure 30).



borda\_revolte Voilà l'affiche qu'à mis Borda. Disant aux femmes de se couvrir, de ne pas porter des vêtements trop courts. Ils nous diront sûrement que ça déconcentre les garçons, que c'est explicite. Alors que les hommes peuvent s'habiller comme ils veulent. Ils nous sexualisent alors que nous nous habillons seulement par la chaleur, nous devrions porter un pull pour leur faire plaisir ? Devrions nous porter 3 couches de vêtements pour que cela ne dérange pas leur yeux si fragiles ? Il est inadmissible de partager ses idées, ils placardent partout des affiches sur le harcèlement et le consentement mais nous restreint notre liberté vestimentaire, renforçant le sexisme commun. Ces cpe qui ont placardés ceci sont des femmes, elles préfèrent nous pointer du doigt pour des actes banals plutôt que nous aider, nous soutenir. Ils préfèrent nous rappeler qu'une femme est un objet plutôt que de s'occuper des réels problèmes de cet établissement, et ils sont nombreux.

Figure 29 - Description compte Instagram @borda\_revolte

Puis, le propos a évolué et a englobé davantage d'éléments vestimentaires (short, jupe, robe, jean troué, *etc*) mais aussi les chaussures à talons, le maquillage, *etc*. L'objectif a alors évolué vers l'incitation des lycéennes mais aussi les lycéens à exposer leur singularité à travers leur apparence, à s'individualiser. Margaux\_ltr, dans sa vidéo du 13 septembre 2020, expose à travers une succession de treize plans plusieurs vêtements afin d'inciter les internautes à s'exprimer et à se présenter *via* leur tenue vestimentaire (voir figure 31).

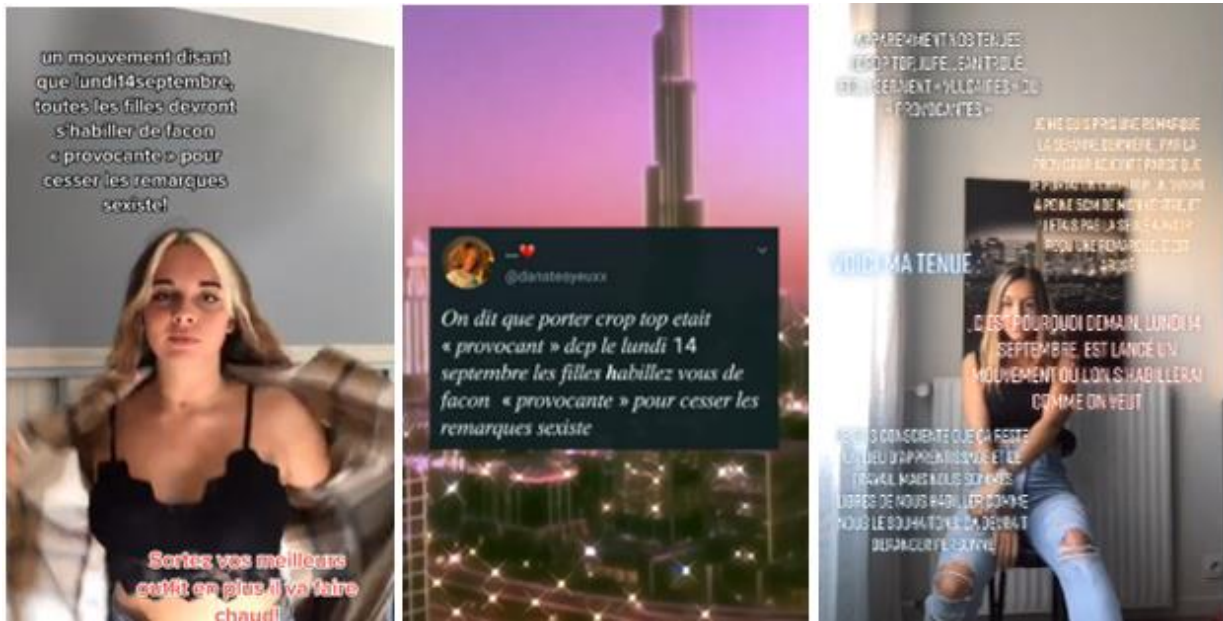


Figure 30 - Captures d'écran vidéos 8, 16 et 17

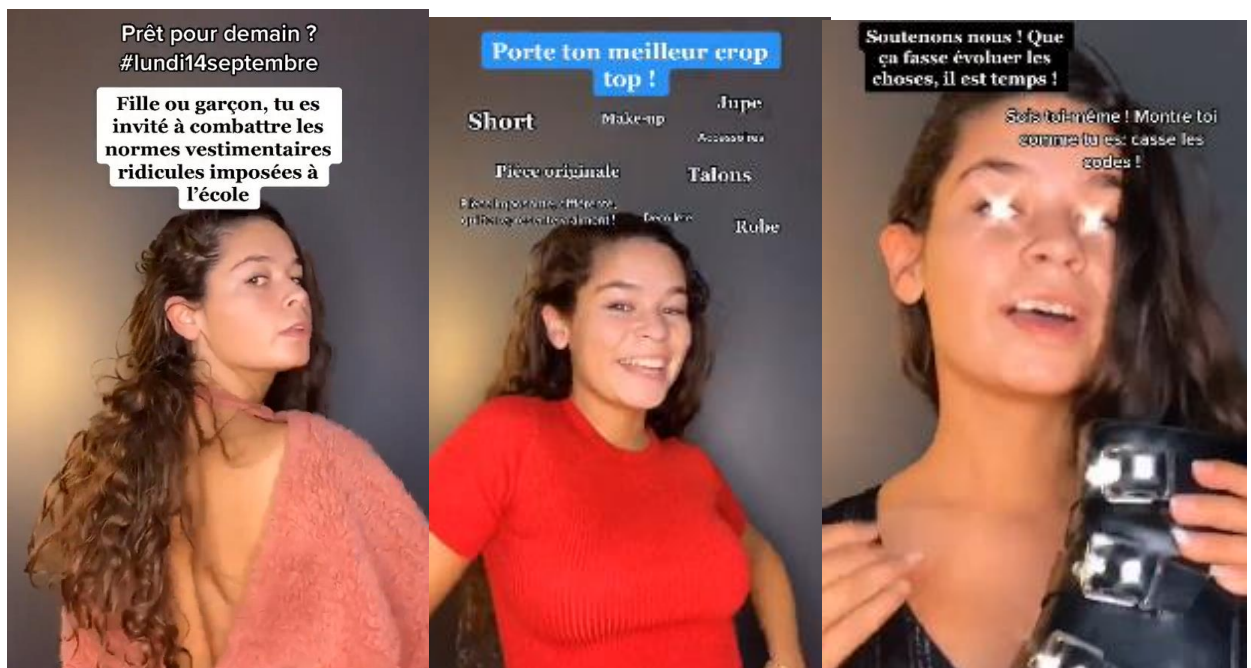


Figure 31 - Captures d'écran vidéo 11

Son message est destiné à un public d'élèves, en témoigne l'utilisation du mot « école ». Précédemment nous avons vu avec la pensée de de Beauvoir que l'adolescence était la période dans laquelle l'individu prend conscience et expérimente sa part d'agentivité avant de conquérir sa liberté. Margaux\_Itr encourage des lycéennes et des lycéens à mobiliser leur capacité d'agir avec leur tenue vestimentaire, pour s'affranchir de certaines règles et oser s'affirmer en étant soi-même. Se lit alors un processus émancipatoire du regard des adultes et de l'autorité représentée par la figure de l'établissement scolaire.

La notion d'émancipation nécessite ici d'être définie et discutée. Elle est liée aux processus de libération des individus prenant conscience de leur condition de dominés et qui désirent s'en affranchir (Jouët, 2022). Historiquement, l'émancipation couvre à la fois l'affranchissement des esclaves, la décolonisation mais aussi la lutte des classes ouvrières. Dans la recherche contemporaine, elle est régulièrement mobilisée dans les travaux sur les mouvements sociaux et sur le numérique. Selon Josiane Jouët (2022), l'émancipation est composée d'une articulation entre dimension individuelle et dimension sociale : l'individu peut entamer son processus d'émancipation grâce au contexte social et la solidarité avec ses pairs. Ainsi, « *l'émancipation est un processus dynamique requérant une appréhension plus informelle qui lui donne corps* » (Jouët, 2022 : 19). Au sein du #lundi14septembre, la quête de cette émancipation et la quête de soi se pensent donc à travers le *look*. Le style vestimentaire est présenté comme un pouvoir d'agir individuel, permettant de se singulariser dans une masse à une période de la vie où l'on a tendance à recopier ce qui est observé dans son environnement<sup>70</sup>. Nous verrons au cours du chapitre 6 que cette quête en apparence émancipatoire cache en réalité un système de reproduction des groupes dominants.

Le discours sous-jacent au #lundi14septembre prône une image décomplexée du corps, rappelant l'image d'un féminisme « pop ». Faisant référence à la culture « pop », apparue dans les années 50 et désignant une culture de masse, populaire et jetable, le féminisme « pop » est un féminisme de masse, caractérisé par sa diffusion massive sur les RSN et entretenant un rapport ambivalent avec l'histoire du féminisme : il s'en écarte tout en s'en inspirant (Luyssen, 2017).

---

<sup>70</sup> La professeure de Psychiatrie de l'Enfant et de l'Adolescent Florence Gittard-Askenazy, dans ses travaux de recherche, a mis en évidence le mécanisme cérébral sous-tendant l'influence des pairs.



La mobilisation étudiée encourage une réappropriation décomplexée du corps, caractérisant par « la valorisation d'une féminité autonome, active, maitresse de son corps [...] et le rejet de la soumission, de la passivité, de la retenue » (Quemener, 2016 : 36). Tout comme nous l'avons déjà évoqué précédemment à travers l'exemple des *Slut Walks*<sup>71</sup>, la réappropriation



Figure 32 - Capture d'écran vidéo 39

du stigmate peut passer par la réappropriation du corps et cette pratique est mobilisée par différents groupes féministes, comme par exemple les Femen. Mais là où le groupe militant d'origine ukrainienne prônait une féminité occidentale créant une causalité entre « blanchité » et émancipation (Dalibert & Quemener, 2014), le #lundi14septembre va chercher à passer outre le mythe du « choc des générations » (théorisé par Samuel Huntington en 1996) opposant la femme occidentale libre et émancipée car nue et la femme des pays arabo-musulmans soumise et opprimée car voilée (Dalibert & Quemener, 2014).

En effet, le « droit aux *crop tops* » évolue vers une liberté vestimentaire générale, incluant le voile. Le propos reste minoritaire au sein des vidéos de notre

corpus, seul wohnpvrze (voir figure 32) fait référence au hijab.

Deux discours émanent de cela. Tout d'abord un propos cherchant à s'inclure dans le mouvement, exprimant un soutien au mouvement ou questionnant la façon d'apporter un soutien si l'on ne souhaite pas participer à la mobilisation du fait de sa religion (voir figure 33).

Vidéo 1					
272	melya.92ii	Melya ❤️	12/09/20 19:12:18	2	J'aurais amai le faire mes chui musulman mes je vais essayer
461	sunkins_arianator	Ariana Grande	12/09/20 19:43:46	13	Je suis musulmane donc j'essayerai de vous aidé mais

<sup>71</sup> Voir 3.2 Se revendiquer en se réappropriant (p 77).

						si j'arrive pas sachez que je vous soutient 🍀🍀🍀!!!!!!!
	461-1	janel_29	j.	13/09/20 15:51:41	1	moi aussi maos g me dois de m'habiller comme je veut
	461-2	sunkins_arianator	Ariana Grande	13/09/20 15:57:10	0	Bas pui mais certain n'ont pas le droit
	461-3	janel_29	j.	13/09/20 15:57:40	0	oui oui je sais juste je disais 😊
	461-4	sunkins_arianator	Ariana Grande	13/09/20 15:56:35	0	Cool 😊
	461-5	sunkins_arianator	Ariana Grande	13/09/20 15:56:17	0	Merci
Vidéo 11						
13		<a href="#">neilperrygirl</a>	Hadile	13/09/20 14:42:28	118	pov: i'm Muslim mais je soutient 😊
	13-1	<a href="#">margaux_ltlr</a>	Margaux_ltlr	13/09/20 14:44:06	36	♥
	13-2	<a href="#">c_25ariana</a>	SUAVEE EEEE	13/09/20 15:45:56	13	coucou si tu es musulman met un choucou autour de ton poignet pour signifier que tu nous soutient 😊
	13-3	<a href="#">wiakla</a>	wiakla	13/09/20 15:58:15	4	je le ferais !
	13-4	<a href="#">whoissaraaaa</a>	DZDZ	13/09/20 15:59:33	2	Je le ferais
	13-5	<a href="#">c_25ariana</a>	SUAVEE EEEE	13/09/20 15:59:39	1	merci 🙏

Figure 33 - Extraits commentaires vidéos 1 et 11

Apparaît clairement une forme de « solidarité organique » : des individus, de culture, de religion ou même de genres différents, apportent leur soutien au mouvement originel. Des garçons aussi souhaitent être aux côtés des lycéennes dans la mobilisation sans pour autant récupérer le mouvement. Certaines personnes encouragent également les garçons à porter des *crop tops*, comme lalagcss, au sein de la section des commentaires de la vidéo 8 qui demande « *J'suis un homme, mais en soutient j'ai le droit de porter un crop top ? 🤔🤔* » ou johanna.peep, dans les commentaires de la vidéo 11, qui s'exclame « *JE VEUX VOIR TOUT LES MECS EN CROP-TOP DEMAIN* ». Les commentaires pour l'inclusion des lycéens et des lycéennes voilées représentent 2,5 %.



Néanmoins, un second type de discours apparaît : élargir le mouvement non plus uniquement aux vêtements féminins jugés trop courts, mais également au port du voile (figure 35). Cette volonté d'élargir semble acceptée en majorité pour les lycéennes à l'initiative des vidéos comme par exemple margaux\_ltr (vidéo 11) qui répond « *C'est toi qui voit ! C'est le même message, il faut que ça soit normalisé, mais fait attention à toi quand même* » et « *Chacun son idéal, et pour moi le but du # c'est de porter ce qu'on aimerai porter d'habitude, donc voile, habits courts, ou très original* » lorsque la question du voile est posée ou carlo\_ta09 (vidéo 80) répondant « *c'est une super idée aussi!* » à une personne proposant l'idée de couvrir ses cheveux pour soutenir les filles portant le voile. Néanmoins, parfois, une nuance est apportée avec la question de laïcité française stipulant qu'il est interdit aux élèves des



Figure 34 - Captures d'écran vidéo 20


écoles, collèges et lycées de porter des signes religieux ostentatoires (loi du 15 mars 2004), comme le rappelle mylineleroux (vidéo 8) en répondant à un commentaire (voir figure 35).

Outre les vêtements religieux, se pose la question des vêtements culturels. Yahyaachou (entretien 7), dont nous avons vu précédemment<sup>72</sup> qu'il faisait partie

des personnes de notre étude se sentant réellement militant, évoque la question du port de la djellaba (voir figure 34). Son propos diffère de l'essence de la mobilisation, il explique soutenir le mouvement « *le concept de la journée c'était de mettre un crop top, ce que bien évidemment je soutiens complètement, cette idée de s'habiller comme on veut dans le sens ... S'habiller comme on veut tant que c'est dans les règles de bien vivre ensemble.* » mais il souhaitait « *pointer du doigt le fait que, dans les discriminations, dans les problèmes, dans le mal, il y a toujours la discrimination. Je pense que ,si jamais, pendant cette journée-là, il y avait un groupe de personnes qui venait en djellaba et que ... et que ... genre ... avec des habits dans le genre arabe par exemple, la CPE aurait carrément oublié les crop top et pointer du doigt directement ça* ». Son propos demeure plutôt bien accueilli au sein des

<sup>72</sup> Voir 3.1 Les mutations du militantisme (p 68).

commentaires mais une personne pointe du doigt ce qu'elle interprète comme une tentative de récupération « *oe mais par contre lundi c'est pour défendre notre droit de s'habiller comme on veut, faire votre truc Mardi 😊* » (cangifkhxkv57432), provoquant ainsi un débat sur le but de la journée : s'agit-il de défendre le droit de porter des *crop tops* (comme la pétition originelle) ou de s'habiller comme chacun l'entend ?

Vidéo 8						
915		savoir _sur_ slam	savoir _sur_ lislam	12/09/20 20:00:03	8	venez le 15 on porte tous le voile parce que c'est bien beau de soutenir les femmes dénudées mais venez on soutient mes sœur 
915 -1	myline leroux	✿Myli ne✿		13/09/20 05:59:58	6	Le voile= religion, dans les écoles je crois que c'est vraiment interdit de montrer nos religions (même les croix on a pas le droit)
915 -2	savoir _sur_ slam	savoir _sur_ lislam		13/09/20 07:11:00	1	et ben si c'est pour ça que justement nous les musulmans on est énervé tu as fait quand les profs ils portent des colliers avec des croix on dit rien
915 -3	savoir _sur_ slam	savoir _sur_ lislam		13/09/20 07:11:24	0	on dit rien mais un foulard sur la tête ça fait polémique😬😬
915 -4	h4jarr. _	hajar'< 3		13/09/20 09:41:35	1	Je suis d'accord avec toi les prof et plein d'enfant porté la croix il disent rien mes nous si on porte le voile on se fait engeuller je suis choquer!
915 -5	savoir _sur_ slam	savoir _sur_ lislam		13/09/20 09:42:41	1	oui exactement pourtant la croix est un signe religieux ça m'exaspère
915 -6	h4jarr. _	hajar'< 3		13/09/20 09:44:09	1	Nous on n'es avec eu il peuve mètre se qu'il veule mes nous un foulard on peut pas mettre
915 -7	camill e.cecc	Kami		13/09/20 10:01:28	0	Des femmes ceux sont battues pour ne plus le porter donc voila..
915 -8	faby_f ura	faby		13/09/20 12:04:13	0	ON LE FAIT AUSSI LE 14!
915 -9	kxrissy _	♥54& 7♥		14/09/20 08:11:28	0	Moi dans mon collège on a pas le droit au croix non plus
915 -10	06h66 _	kill._. me		12/09/20 21:34:45	1	"dénudées" abuse pas !
915 -11	savoir _sur_ slam	savoir _sur_ lislam		13/09/20 07:12:14	0	alors provoquant c'est pas le mots non plus
915 -12	kxrissy _	♥54& 7♥		14/09/20 08:10:39	0	Le droit de montré notre religion car les religions sont un truc personnel comme l'orientation et la politique

	915-13	kxrissy	♡54&7♡	14/09/20 08:10:01	0	Des croix je pense pas que les musulmans seraient d'accord même les chrétiens seraient pas d'accord pour le voile de 3 au collège on a vrm pas le droi
	915-14	lc.ek_25	👉	13/09/20 06:46:50	0	Le voile c'est religieux j'aimerais bien mais on peut le faire sur TikTok déjà
	1289	ines.haalka	إيناس	13/09/20 16:21:27	0	#lelundi14septembresortervosplusbeauhijab
Vidéo 13						
36		<a href="#">wasila</a> <a href="#">ae</a>	chaim a	14/09/20 04:58:46	8	j espere que sa vaut aussi pour le hijab
	36-1	<a href="#">noemie</a> <a href="#">e_bxh</a>	noemi e	14/09/20 13:09:36	2	même si je suis pour que vous le gardiez c'est sur que ca ne changera pas car ils disent que tout signe religieux n'a pas sa place au lycée.. :/
	36-2	<a href="#">unkwo</a> <a href="#">ndjzj</a>	🐱	14/09/20 09:38:52	1	Oui #gardetonvoile
445		<a href="#">jda_31</a> <a href="#">3</a>		14/09/20 16:33:09	1	On avais le droit de s'habiller comme on veut hein ? Le droit de s'habiller court mais pas de mettre un hijab , les cpe ce sont attaqués aux hijab

Figure 35 - Extraits commentaires vidéo 8 et 13

Nous discutons d'émancipation à travers le sens investi dans la mobilisation étudiée. Il convient alors de faire le parallèle de cette notion avec le numérique. L'esprit d'internet puise ses racines dans la contre-culture américaine des années 60 au sein de laquelle des « étudiants se révoltent contre leurs parents, l'entreprise bureaucratique, la guerre froide et la colonisation de leur quotidien par la logique marchande » (Cardon, 2010 : 21). La culture numérique tient aussi ses origines dans la pensée hippie, en souhaitant transformer la société sans prendre le pouvoir, en changeant l'individu et ses modes d'existence et en libérant la subjectivité (Cardon, 2019). L'objectif est donc de sortir des mondes aliénant du quotidien que représentent la famille, l'université et l'entreprise. C'est ici que s'effondre la recherche d'émancipation visible dans notre étude. Les lycéennes qui décident de participer au mouvement le font car cela est autorisé par les parents et, au contraire, celles qui ne peuvent pas le faire l'expliquent dans les commentaires en disant que leurs parents ne sont pas d'accord (voir figure 36).

110	_miiam	Miriam	13/09/20 15:45:11	0	moi je veux bien mis ma mère....
304	maissanech ara	Maissane 𐤌	13/09/20 16:57:14	0	J'ai pas le droit mais bon
396	nononi495	Nolan Onillon	13/09/20 19:09:11	0	Moi ma mère m'interdit de mettre un bandana car elle trouve sa trop rebelle pour les profs 😊. Et je suis garçon 🧑
417	yejisiover	XIELLA™	13/09/20 19:41:08	1	J'ai pas le droit
419	.romaneriio	ro' 🧑	13/09/20 19:41:17	0	je suis totalement pour mais ma mère ne veut pas
433	_moira_pin a_	Moïra	13/09/20 20:34:43	0	mes parents veulent pas trop...

Figure 36 - Extrait commentaires vidéo 11

L'émancipation apparaît alors comme illusoire et ne sert que la rhétorique du propos. Les lycéennes participant au #lundi14septembre sont majoritairement dans un contexte familial les autorisant à s'habiller comme elles le souhaitent, elles ne luttent pas contre. La dimension émancipatoire du numérique à ses débuts devient de plus en plus fragile et se présente même comme une nouvelle forme d'aliénation. Le mouvement étudié est dicté par une pensée unique, un consensus idéologique qui règne sur la plateforme et auquel il faut se plier. Ainsi, le sujet s'effondre, malmené par les différentes formes d'individualisme, le laissant seul face à lui-même (Boutinet, 2006). L'individu exprime dorénavant son malaise, voire son mal-être identitaire. Ceci peut se lire à travers les exemples cités ci-dessus. Le sujet sera alors tiraillé entre son désir d'individualisme et son besoin de communautarisme : il refusera la foule tout en la recherchant. Une mobilisation prônant le droit aux *crop tops* est élargie afin de pouvoir inclure le plus de personnes possibles, perdant ainsi de son essence première.

Dans la majorité des commentaires, les individus souhaitent ouvrir le droit de s'habiller librement, qu'il s'agisse des garçons, des vêtements culturels, religieux ou autre, le souhait est ainsi de former un grand collectif où chacun affirme son individualité et son appartenance à un sous-groupe. En élargissant le propos initial sur les vêtements laissant apercevoir le nombril, la mobilisation peut perdre en crédibilité et donc en force, ou même devenir un argument supplémentaire pour ces détracteurs « *Je pense que c'est bien mais qu'il va sûrement avoir des abus, après ils vont peut être remettre les uniformes* » commente chl01293445 (vidéo 8). Tout comme la réponse des pouvoirs publics appelait au « bon

sens »<sup>73</sup>, les internautes demandent aux lycéennes de nuancer et de ne pas tomber dans l'extrême, ce qui desservirait la mobilisation comme le souligne le commentaire eurydice\_0105 (vidéo 11) « *Tu va pas aller à l'école avec un bandeau non plus faut pas déconner c'est pas une tenue ni d'école ni de travail* ». Ces nuances, quel que soit le type d'habits, restent assez rare et entraînent ensuite des débats au sein des commentaires.

Les problématiques entraînées par l'individualisme se traduisent aussi par les tensions traversant nos sociétés : la lutte pour l'égalité des sexes, le respect des minorités sexuelles et culturelles. A travers ces questions sociales, l'individu est amené à se questionner sur lui-même, à échanger et à s'intégrer au sein de communautés où il sera reconnu. La nuance dans la mobilisation et la réflexion restent minces. Les individus cherchent à créer une seule et grande mobilisation qui inclue le plus de personnes possibles, mais qui semble exclure les opinions divergentes<sup>74</sup>.

A l'heure actuelle, nous assistons à la montée en puissance de revendications d'individus souhaitant s'identifier au sein d'un groupe composé de personnes leur ressemblant. Ceci est visible sur internet, notamment dans les « bio<sup>75</sup> » sur les RSN où les individus affichent leur affiliation à telle ou telle communauté.

Au sein de notre corpus, nous retrouvons une tendance venue des Etats-Unis qui consiste à inscrire ses pronoms ancrant la personne dans un milieu LGBTQIA+ « *She/Her* » sur le compte de bah.cest.margaux (vidéos 56, 76 et 90). L'individu va également afficher son orientation sexuelle afin de s'inscrire également dans le milieu LGBTQIA+ « *that's life ? really ? shit.. pan/sapio elle/iel* » sur le compte de guiliane10 (vidéos 10, 43 et 92). Un autre regroupement apparaît aussi, celui de l'astrologie « *langue des signes elle ou iel - 20 ans* » sur le compte laureauvray (vidéo 52). Depuis quelques années, cette parascience connaît un regain d'intérêt, notamment au sein des jeunes générations. Dans un sondage IFOP publié en 2023, les 18-24 ans sont près de 70 % à croire à l'astrologie. Ainsi, les jeunes

---

<sup>73</sup> Voir 2.2 Des relais de visibilité, l'accès à la publicisation (p 47).

<sup>74</sup> Voir Chapitre 9 Pour une compréhension de ces nouveaux espaces (p 237).

<sup>75</sup> Bio pour biographie, il s'agit d'un petit texte apparaissant sous le nom d'utilisateur visant à décrire le compte ou la personne.

vont se singulariser à travers les différents éléments de leur thème astral<sup>76</sup> tout en s'inscrivant dans cette communauté astrologique. Il ne faut bien sûr pas nier l'impact du capitalisme qui a accéléré ce regain d'attention à travers la commercialisation accrue de produits dérivés (bougies, maquillages, bijoux, livres, *etc.*).

Dans une époque qualifiée d'individualiste, l'exemple de l'astrologie nous démontre une chose : le sujet ne cherche pas à être seul, il cherche à s'inscrire dans un groupe afin de donner du sens<sup>77</sup> au monde qui l'entoure et à lui-même. S'affilier à un groupe ne signifie pas perdre sa singularité. C'est pourquoi, plutôt que de parler d'individualisme, nous emprunterons la notion d'individuation, de Jacques Ion « *il y a bien mobilisation d'un nous, mais ce nous, aux aspects parfois fortement communautaires, est composé de je nettement marqués par le processus d'individuation et témoignant d'un autre rapport au social global* » (Ion, 1997 : 101). Parler d'individuation, c'est faire la distinction d'un individu parmi d'autres au sein du même groupe, de la société dont il fait partie. Il n'est pas un individu singulier exempté de toute appartenance : il marque sa singularité, son « je » au sein d'un collectif, d'un « nous ». En s'exposant sur un RSN, en se mettant en scène, les individus cherchent à se singulariser tout en s'inscrivant dans un groupe. Néanmoins, cette singularité est à nuancer, ce que nous ferons au chapitre suivant.

Ainsi, le #lundi14septembre propose une rhétorique de l'action en apparence émancipatoire en mobilisant les thématiques du choix, de la liberté et de l'agir, rappelant les formes du militantisme dans l'espace public numérique. Néanmoins, au cœur de la partie 1, nous avons démontré que notre objet d'étude n'était pas un espace public numérique mais une scène publique numérique répondant davantage à des logiques d'individuation qu'à des logiques militantes. Alors, qu'est-ce qui pousse ces « je » à s'intégrer de façon ponctuelle, ou non, à un nous collectif ? Selon Benjamin Fernandez (2011) les phénomènes sociaux s'expliquent plus par la séduction que par l'aliénation ou la discipline. Ainsi revient l'idée de cette consommabilité de la mobilisation sociale : s'intégrer à un collectif ponctuellement semblerait découler davantage de l'envie de se greffer à un groupe dont les valeurs nous ont séduits, tout comme nous pourrions désirer un produit. Nous ne souhaitons pas porter un discours technophobe sur les nouvelles mobilisations numériques, éphémères par essence

---

<sup>76</sup> Un thème astral est l'interprétation de la position des astres sur l'écliptique à un moment T. Ici, lors de la naissance de l'individu.

<sup>77</sup> Voir Chapitre 7 La reconnaissance comme espace entre pairs (p 189).

car leur support est caractérisé par la notion de surproduction et répond à la logique du fonctionnement socio-économique de la plateforme (Bouquillion et Matthews, 2010). Mais il paraît pertinent, à l'heure des engagements expressifs, d'investiguer les formes d'appel à action.

### 4.3 Se regrouper en ligne, une catégorisation des motivations

Au sein de notre étude, nous avons remarqué des éléments sémantiques proches d'une forme d'incitation à la mobilisation (voir figure 37), rappelant la technique marketing du *call to action*, soit appel à action, qui consiste à encourager l'audience d'une marque à agir, que ce soit avec un lien, un bouton, un verbe ou même la proposition d'un essai gratuit.

Vidéo 1	<i>"Les filles prêtes pour le lundi 14 septembre ? ;) Enfilez votre meilleur crop top et votre jupe et allons changer les choses ensemble Solidarité féminine"</i>
Vidéo 8	<i>"un mouvement disant que lundi 14 septembre, toutes les filles devront s'habiller de façon 'provocante' pour cesser les remarques sexiste! Sortez vos meilleurs outfit en plus il va faire chaud!"</i>
Vidéo 11	<i>"Soutenons nous ! Que ça fasse évoluer les choses, il est temps !"</i>
Vidéo 98	<i>"Girl supporting Girl"</i>

Figure 37 - Exemples d'appel à action au sein des vidéos

La mobilisation du #lundi14septembre, qui a regroupé plus de 35,7 millions de vues, répond aux mêmes logiques techniques des autres hashtags qui sont mobilisés par les algorithmes qui s'en servent comme une référence pour construire leurs bases de données et créer des tendances sur internet. Il apparaît alors

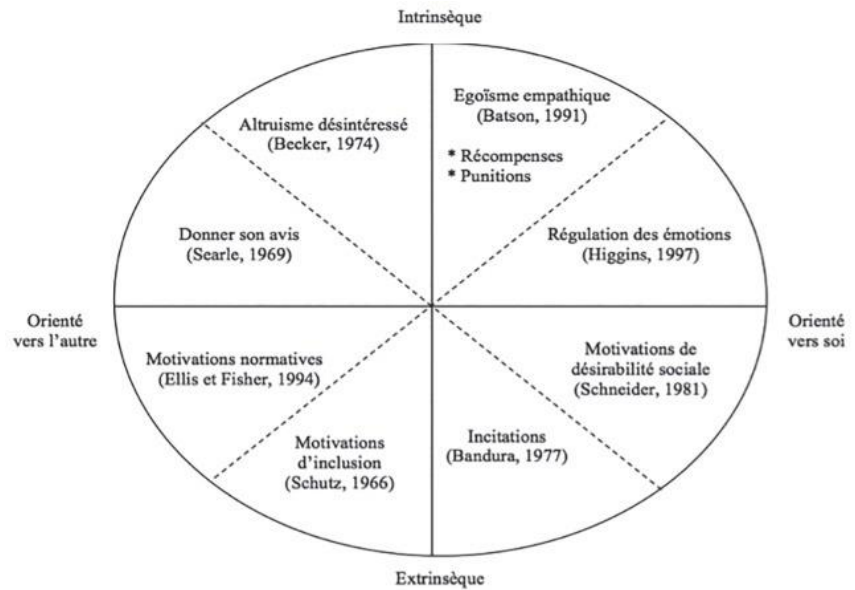


Figure 38 - Cadre théorique des motivations à faire suivre un message viral (Berriche et Salerno, 2017)

légitime de se questionner quant à l'efficacité de l'utilisation d'un hashtag comme point de départ à une mobilisation. Afin de mener à bien cette partie de l'étude, nous avons procédé à une double analyse de contenu, sur les éléments textuels ajoutés à ces vidéos et sur les descriptions accompagnant les vidéos, afin de comparer les deux formes. Pour cela, nous avons mobilisé le cadre théorique des motivations à faire suivre un message viral (voir figure 38) d'Amira Berriche et Daphné Salerno (2017).

Il convient d'abord d'investiguer d'où vient la motivation et où elle va. Celle-ci peut être intrinsèque, c'est-à-dire venir de l'intérieur, soit extrinsèque, c'est-à-dire venir de l'extérieur. Dans les deux cas, elle peut ensuite s'orienter vers autrui ou alors s'orienter vers soi.

Jusqu'à présent nous avons fait émerger une première catégorie de motivation à l'action avec des degrés d'incitation à la participation différents. Il s'agit d'une motivation intrinsèque orientée vers l'autre, rappelant des dynamiques militantes. La volonté est de s'engager, non pas uniquement pour ses droits, mais pour ceux des autres sans attendre de récompense en retour, faisant naître un mouvement social orienté par le souci du bien public (Cefaï, 2007).

Se mobiliser, ce n'est pas uniquement lutter pour sa propre liberté, pour ses propres droits mais bien pour l'intérêt général. Cette catégorisation, à la fois la plus militante et dont l'incitation à l'action est la plus forte, est pourtant la moins récurrente dans notre corpus ne regroupant que 22 % des *verbatim* des métadonnées étudiées. Elle se traduit à travers deux



mécanismes familiers des répertoires d'actions militant : la réappropriation du stigmaté et *l'empowerment*.

Nous avons vu précédemment que la caractéristique principale du mouvement est de se réapproprier ce qui leur est reproché, en se rendant au lycée vêtue d'un *crop top*. Ces vêtements représentent un stigmaté<sup>78</sup>. Cette démarche permet aux individus de prendre possession de ce qui leur est reproché et d'en détourner le sens péjoratif exposant la volonté d'une résistance collective à un stigmaté. \_\_\_o.d.c. \_\_\_ écrit sur sa vidéo « *On nous a souvent dit de ne pas porter des robes, des jupes et des crop tops car c'était trop 'provoquant'. Lundi 14 septembre mettez un crop top ou jupe ou une robe pour montrer que les filles sont libres de porter ce qu'elles veulent* » ou encore suane\_vct « *Les filles prêtent pour demain. Mettaient votre la plus 'inapproprié' On est des femmes. Et libre de s'habiller comme on le souhaite* ». Dans ces deux exemples, les jeunes filles cherchent à se réapproprier le vêtement qui va les marginaliser, les déstabiliser et les exclure (Héas, 2016).

Le discours sous-jacent à cette mobilisation prône une certaine forme de prise de pouvoir de la part des lycéennes. Nous parlerons ici d'*empowerment*, tout en gardant à l'esprit le brouillard sémantique entourant la définition de cette notion, arrivée en France dans les années 2000 dans les écrits des chercheurs et des chercheuses travaillant sur la participation (Bacqué et Biewener, 2013). Nous mobiliserons le terme anglo-saxon afin d'éviter les problématiques liées à sa traduction en français : capacitation, empouvoirement, autonomisation ou encore pouvoir d'agir, ces différents termes passent sous silence soit la notion de processus soit la notion de pouvoir, les deux éléments centraux de la notion (Bacqué et Biewener, 2013). Afin de ne pas nous perdre dans la polysémie du terme, nous le définirons comme un processus socio-politique d'acquisition d'une conscience dans l'objectif de donner du pouvoir (Bacqué et Biewener, 2013). Dans le cadre du #lundi14septembre, la prise de conscience s'articule autour des règles vestimentaires jugées sexistes. Celles-ci peuvent être officielles, c'est-à-dire inscrites dans le règlement intérieur (comme on peut le lire dans la vidéo de margaux\_ltlr « *Fille ou garçon, tu es invité à combattre les normes vestimentaires ridicules imposées à l'école* ») ou officieuses, c'est-à-dire les remarques découlant soit d'un flou interprétatif dans le règlement soit de l'estimation

---

<sup>78</sup> Voir 3.2 Se revendiquer en se réappropriant (p 77).

d'un individu sur une situation (comme le montre un témoignage sur la vidéo de *\_elsa\_tlsp* « *On m'a dit que c'était vulgaire et de me changer* »).

Cet *empowerment* se traduit à travers l'utilisation de la première et de la deuxième personne du pluriel. Le « nous » renvoie à une conscientisation d'une discrimination liée au genre « *Ensemble, luttons contre le sexisme 🇫🇷 #lundi14septembre #pourtoi* » (description de la vidéo de *manouugtrr*). En découle une volonté de prise de pouvoir, de ne plus subir, se traduisant par l'utilisation du « vous » avec une incitation directe « *les filles mettez vos meilleurs crop tops demain #lundi14septembre #pourtoi #sexisme* » (description de la vidéo de *flora.ard*). Ces mécanismes vont donner l'impression à ces lycéennes de faire groupe, grâce à un sentiment d'appartenance, pour incarner ce mouvement à travers la construction d'une image sociale qu'elles politisent (Prévoist, 2017) malgré elles : la plupart du temps, elles n'en ont pas conscience, notamment du fait de leur jeune âge mais aussi du fait qu'elles mimétisent beaucoup. Néanmoins la récurrence de la notion de sexisme expose une forme de conscientisation des distinctions entre les genres. L'*empowerment* dans les mobilisations féministes découle du célèbre slogan de la 2ème vague féministe « le personnel est politique » car il interroge le pouvoir à la fois individuel, collectif et social (Bacqué et Biewener, 2013). Les lycéennes expérimentent des situations de stigmatisation individuellement puis collectivement avant de s'en servir pour prendre le pouvoir. Cette force s'exprime également de façon littérale avec l'utilisation de l'emoji bras levé « 🦵 » rappelant à la fois la force physique mais aussi la célèbre affiche de 1943 de John Howard Miller « We Can Do It ! » régulièrement mobilisée dans les luttes féministes, comme le souligne la description de la vidéo de *cedrakpirate* « 🦵🦵🦵 #lundi14septembre #pourtoi #ecole #educateur #mouvement #tousensemble #bonneidee #fyp » mais aussi celle de *starlettesdu09* « *Parce qu'aucune tenue ne devrait être jugée... 🇫🇷 #wap #balancetonbahut #croptop #liberte #14september #lundi14septembre* ». S'est donc dessinée ici une motivation intrinsèque orientée vers autrui dans l'objectif de participer à une prise de pouvoir individuelle et collective en fonction de son genre, pouvant impacter la confiance en soi de ces adolescentes. Cette forme de motivation apparaît comme une forme de pur altruisme, où quelque chose est fait pour les autres sans aucune attente en retour.

Nous pouvons faire émerger une deuxième catégorie de motivation qui s'axe autour d'une volonté de sensibilisation du sujet. Elle est extrinsèque et orientée vers l'autre. L'attente derrière ce discours est d'abord l'approbation des internautes sur une expérience vécue.

Ainsi, à travers le récit de témoignages, ces personnes exposent leur vision d'un événement en espérant recevoir une certaine forme de soutien. Ensuite, ces témoignages cherchent à alerter sur de supposées discriminations afin d'apporter de la visibilité et de la légitimité à une cause pour espérer des changements. Ce processus rappelle le fonctionnement de la publicisation, dont nous avons discuté au cours du chapitre 2. Nous sommes ici dans une incitation moyenne à l'action où la motivation est extrinsèque et orientée vers l'autre, dans une volonté de sensibilisation au sujet.

L'attente derrière ce discours est, dans un premier temps, l'approbation des internautes sur une expérience vécue à travers le récit de témoignages. Ces personnes exposent leur vision d'un événement en espérant recevoir une certaine forme de soutien. Dans un second temps, ces témoignages cherchent à alerter sur de supposées discriminations afin d'apporter de la visibilité et espérer des changements. Se dessine la volonté de créer un sentiment d'appartenance et de reconnaissance<sup>79</sup> grâce à l'interaction avec autrui, tout en adhérant aux normes sociales du groupe. Ces nouvelles mobilisations en ligne, en décroissant des formes plus contraignantes et traditionnelles de militantisme, permettent la création de nouveaux espaces de communication au sein desquels un faisceau de contraintes poussent les sujets (qu'ils soient émetteurs ou récepteurs) à produire un sens sur le même axe de pertinence (Odin, 2011). Cet espace va former une nouvelle forme de sororité, non palpable, avec une entraide tacite entre les lycéennes (avec l'*empowerment* évoqué précédemment) mais aussi avec les lycéens comme on peut le lire dans la description de la vidéo de corentin.do2 « *On vous soutient toutes 🖐️🖐️🖐️❤️❤️#lundi14septembre #sexisme #humour #tiktok #pourtoi #foryou* » ou celle de giovannird « *on vous soutiens !!!! #lundi14septembre* » ou encore de personnes extérieures au lycée comme dans la réponse faite par carlo\_ta09 à une de ses abonnées « *Répondre à @lizylaneko1 Je suis avec vous! ❤️#pourtoi #lundi14septembre* ». Ceci se rejoint avec la « solidarité organique » vue précédemment.

Au sein de cet espace de communication se dégage une recherche d'une certaine estime sociale engageant l'individu dans un processus de reconnaissance (Honneth, 1992). En témoignant de leurs expériences vécues, les jeunes filles espèrent avoir des retours compatissants comme le montre le propos de clara\_aiello dans sa vidéo « *Moi fier de mon*

---

<sup>79</sup> Voir Chapitre 7 La reconnaissance comme espace entre pairs (p 189).

*croc top qui va au Collège. A peine arriver : L'infirmière: boutonne ta chemise. En partant : Le surveillant: boutonne plus ! Cest trop decolter !. Moi: Cest bon la ?!* 🧑‍🎓 ». En racontant cela, elle part du principe que les internautes la soutiendront et qu'elle sera bien l'héroïne de l'histoire face au personnel scolaire qui représenteront les opposants. Le *storytelling* créé derrière la vidéo rappelle le schéma actanciel de Greimas (1966)<sup>80</sup>. Ce modèle regroupe l'ensemble des rôles et des relations pour comprendre la structure d'une narration et met en relief les dynamiques interactionnelles entre les personnages qui vont permettre la construction d'un récit logique et cohérent. Cette mobilisation reprend des notions de bien et de mal en inscrivant ces protagonistes dans un schéma narratif standard. Ce mécanisme démontre une volonté tacite de la lycéenne à s'inscrire dans un cercle de sujets qu'elle considère comme étant ceux de ses pairs. Il y investit le sens d'un idéal collectif grandiose qui va à la fois la protéger et la soutenir tout en lui indiquant quelles normes suivre pour la construction de son identité.

Le fonctionnement va également s'opérer dans l'autre sens : l'émettrice de la vidéo va directement questionner ses abonnés et les inciter à témoigner. Cela est visible dans les vidéos de *claraa\_mscl* « *bon on est la fin du lundi 14 septembre racontez moi tout ce qu'il s'est passés ! [...] alors go off queen je veux toute ou tou voir vos tenue* », de *mymyzoulie* « *#lundi14septembre j'attend vos retours de cette journée, et surtout faites un duo je veux voirs vos tenu* ❤️❤️❤️ *#pourtoi #foryoupage* » ou encore de *chachacacraintpas* « *#pourtoi #lundi14septembre dites-moi en commentaire mais Loulou je Je veux tout savoir* 🤔 🧑‍🎓 ».

Cette catégorisation est à peine plus présente que la première en couvrant 28 % de l'étude. En mobilisant les RSN, les nouvelles générations se créent des nouveaux espaces de communication entre pairs et hors de la vue des pères au sein desquels il devient possible de s'exprimer et de se sentir entendu (même à petite échelle). Toutefois, il est nécessaire de garder à l'esprit que, sous couvert de bonnes intentions, il ne s'agit que d'un vernis servant des logiques individualistes. En incitant les internautes à témoigner cela sert certes à la création d'une problématique et d'un discours commun, mais cela a un impact directement sur le taux d'engagement de la vidéo qui évalue les interactions avec un contenu : plus il sera haut plus le contenu sera visible sur la plateforme, rappelant des vocations davantage capitalistes de ces plateformes même si elles semblent parfois mobilisées en tant que

---

<sup>80</sup> Voir Chapitre 8 Réappropriation de collectifs ancestraux (p 213).

technologie civique. Cependant, appeler au témoignage n'est pas la stratégie la plus efficace : claraa\_msclly a un taux d'engagement de 0,7%, mymyzoulie de 1,8% et chachacacraintpas de 2%. Avec respectivement 22 et 28%, les deux catégorisations sensiblement proches des motivations militantes féministes et à la vocation altruiste, demeurent minoritaires face à la dernière catégorisation qui, avec un niveau d'incitation à la mobilisation faible voire nul, représente la moitié du terrain.

Il s'agit de la troisième catégorisation de motivation que nous avons fait émerger. Elle est à la fois extrinsèque et intrinsèque, la variable commune étant qu'elles sont toutes deux orientées vers soi. Cela se traduit par une recherche d'attention à travers la mise en scène de soi dans ce théâtre qu'est TikTok et où ces personnes cherchent à conforter leur estime grâce aux signes d'approbation des autres (Cardon, 2019). Celle-ci aura pour particularité d'être uniquement tournée vers soi. Nous sommes ici dans des motivations égoïstes d'empathie-récompense (Berriche et Salerno, 2017), ces lycéennes montrent leur appartenance à la mobilisation en appelant les internautes à interagir avec le contenu posté. Cette dynamique d'empathie-récompense est une motivation d'approche (Berriche et Salerno, 2017) dans laquelle un comportement qui s'illustre comme bienveillant à la première approche se révélera avoir pour finalité une forme de récompense soit à travers des compliments soit à travers la satisfaction d'un besoin d'estime sociale. Derrière une apparence de décision collective, il y a une recherche de visibilité sous-jacente : la personne est en recherche de récompenses personnelles à travers d'une part des compliments et d'autre part l'incitation à *liker* et à commenter, afin d'influer directement sur son taux d'engagement et donc sa visibilité sur TikTok. L'utilisation d'hashtag de visibilité (défini auparavant) est récurrente dans 48 % des descriptions des vidéos qui en contenaient au moins un comme par exemple dans celle de maeva.a18 « #lundi14septembre #sexism #pourtoi », de \_elsa\_tlsp « #lundi14septembre #pou ##pourtoi #fyp » ou encore de \_\_.luxxy « #lundi14septembre #fyp 𠄎 #pourtoi insta:luu.gls ».

L'interaction incitative des internautes avec le contenu ne passe pas uniquement par une demande de témoignages comme nous l'avons vu précédemment. Plusieurs lycéennes demandent directement l'avis des personnes sur leurs tenues en les faisant *liker* celle préférée comme guiliane10 qui demande « *Vous allez choisir ma tenu pour le 14 celle qui aura le plus de like sera ma tenu* » ou en organisant un vote au sein des commentaires comme whoisanaiscrmb qui présente six tenues en demandant à la fois dans sa description « *j'ai besoin de votre aide!!! #lundi14septembre #school #fyp #pourtoi* » et au sein de sa vidéo

« *aidez-moi à choisir ma tenue pour le lundi 14 septembre* ». Cette stratégie fonctionne : les trois vidéos de guiliane10 bénéficient respectivement de 7 625,1% (95 100 like et 810 commentaires), 1 102,8% (13 200 like et 176 commentaires) et 2 514,3% (29 200 like et 820 commentaires) de taux d'engagement et celui de whoisanaiscrmb est de 1502 ,9% (40 200 like et 2 180 commentaires).

Exposer sa tenue « *Voilà comment je suis habillée aujourd'hui - Vais-je rentrer en cours ? - Ma tenue ;* » (écrits de mariarebeccasirianni sur sa vidéo) donne des chances à la lycéenne de tirer une forme de bénéfice social en étant valorisée et gratifiée grâce à l'interaction sociale (Hennig-Thurau et al. 2004). Cette démarche, tout comme celle évoquée juste avant de demande directe de l'avis de la communauté sur la tenue, va permettre aux lycéennes de renforcer leur image et leur estime d'elle, les amenant vers une logique d'auto-valorisation. L'écran du téléphone sera un miroir validant leur désirabilité sociale, les faisant vivre une version moderne du mythe de Narcisse.

Cette recherche d'attention semble faire écho aux habitudes des lycéennes notamment par la démocratisation de l'univers de l'influence en ligne. Aujourd'hui, grâce aux RSN, les barrières qui séparaient la vie quotidienne de la célébrité semblent être tombées et il apparaît facile alors de gagner sa vie en la postant simplement sur les réseaux. Se mettre en scène devient chose courante et cette recherche de visibilité à travers les écrans fait émerger la question de la théâtralisation de l'existence (Goffman, 1956). Ces lycéennes s'inventent comédiennes le temps d'une vidéo, se créant ainsi un univers fantasmé dans lequel elles investissent leurs envies et leurs désirs. En se basant sur une musique du rappeur marseillais Jul, ilonapns se met en scène en incarnant plusieurs personnages et imagine une situation possible lors de la réalisation de l'action du #lundi14septembre « *ma pote qui arrive avec son meilleur outfit - moi la voyant - elle contente - moi qui la suit dans le mouv - la CPE et les gens qui ont rien suivi* ». Les éléments théorisés au sein de la métaphore théâtrale de Goffman (sur laquelle nous reviendrons plus en détail lors du chapitre suivant) apparaissent alors clairement : l'actrice joue plusieurs rôles, devant un public d'internautes, sur une scène délimitée par TikTok dans laquelle elle mobilise plusieurs outils mis à sa disposition par la plateforme pour appuyer sa représentation. Ce mini-théâtre va alors lui servir à conforter son estime d'elle-même grâce aux signes d'approbation des autres (Cardon, 2019).

Cette catégorie de motivation orientée vers soi relève donc d'une forme d'égoïsme empathique dans laquelle l'action sera uniquement conduite par la recherche d'un certain hédonisme ou d'un intérêt capitaliste (augmentation du capital social, symbolique ou

numérique). Le vernis militant qui recouvrait cette mobilisation s’effrite pour laisser place à des problématiques individualistes. Le sujet du XXIème siècle prend alors les traits d’une personne jouisseuse, protéiforme et inconstante (Fernandez, 2011).

En étudiant le contenu d’une mobilisation lycéenne sur TikTok -#lundi14septembre-, nous sommes parvenus à catégoriser les motivations à la publication de contenus. Ainsi, trois types de motivation, regroupés dans le tableau ci-dessous, ont émergé dans la publication de contenus sous un hashtag s’inscrivant dans la lignée des mobilisations *post Me Too*.

<b>Motivation intrinsèque orientée vers autrui (incitation forte)</b>	<b>Motivation extrinsèque orientée vers autrui (incitation moyenne)</b>	<b>Motivation orientée vers soi (incitation nulle)</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Création d’un collectif par l’action</li> <li>• Volonté de sensibilisation à une cause</li> <li>• Processus d’<i>empowerment</i></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Appartenance par le récit</li> <li>• Création d’un capital social commun</li> <li>• Création d’un nouvel espace de communication</li> <li>• Processus d’émancipation</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• L’individualisme avant le collectif</li> <li>• Construction d’un soi numérique</li> <li>• La revendication devient un produit/un outil pour le référencement du contenu</li> </ul>

Figure 39 - Catégorisation des motivations à se mobiliser en ligne

Aux premiers abords, l’esthétique et le discours entourant le mouvement rappellent des mécanismes similaires aux actions militantes menées en ligne. Dans une démarche de réappropriation de ce qui leur est reproché, elles s’inscrivent dans un processus socio-politique d’acquisition d’une conscience : celle d’une discrimination liée à leur genre. Cette motivation intrinsèque est orientée vers autrui dans le but de sensibiliser davantage d’autres jeunes filles afin qu’elles les rejoignent dans cette prise de pouvoir et de confiance en elles.

Outre cette démarche militante *d’empowerment*, la deuxième catégorisation extrinsèque orientée vers autrui a l’objectif de sensibiliser en créant de nouveaux espaces de communications se voulant *safe* favorisant les témoignages et les soutiens. La démarche peut également se lire sous le sens du besoin d’émancipation. Elles vont alors mobiliser et tester

leur capacité d'agir. Néanmoins, il s'est avéré que cette motivation extrinsèque orientée vers autrui servait également des logiques individualistes.

La moitié du contenu étudié fait émerger une motivation tournée vers soi. Cette mobilisation qui se présente comme une forme de prise de pouvoir, apportant soutien entre lycéennes partageant une ou des expériences communes, n'est en réalité qu'une forme d'altruisme impure et intéressée (Xie et Kukla, 2012) répondant à une recherche de visibilité, terminant ainsi de faire s'effriter le vernis militant autour du #lundi14septembre. De ce fait, il convient maintenant d'investiguer les enjeux individuels à la participation d'une mobilisation en ligne.



## Chapitre 5

### S'exposer sur TikTok, se mettre en scène : nouvelles formes d'expertise

A son arrivée, internet a été perçu comme un laboratoire identitaire au sein duquel il était possible d'expérimenter sur soi-même (Turkle, 1995) afin de se découvrir, de se construire et donc de s'émanciper. La numérisation de la société encourage les individus à montrer leur présence non pas uniquement dans la vie réelle mais dans celle numérique aussi. Pour être présent sur internet, il faut montrer une manifestation de soi (Georges, 2010) et ainsi devenir visible. Les règles pour accéder à cette visibilité ne sont pas universelles et vont dépendre de l'arène numérique choisie. Une arène au sein de laquelle vont se livrer des véritables guerres de stratégies.

Nous avons déjà traité de la question de la visibilité à travers la publicisation, notamment autour des problèmes publics. Ce chapitre souhaite montrer la popularisation de cette quête, après l'avoir comprise, auprès des sujets pris dans un processus d'individuation en expliquant les enjeux gravitant autour. Les différents éléments que nous traiterons vont appuyer notre thèse autour de l'impossibilité de l'existence d'un espace public numérique sur TikTok.

#### 5.1 Le besoin de visibilité pour exister

Alors qu'au XIX<sup>ème</sup> siècle l'intime tenait une place importante dans les sociétés occidentales, il est maintenant admis de se livrer à une « *exhibition de l'intime pour exister* » (Aubert & Haroche, 2011 : 7). De ce fait, l'invisibilité est perçue *a contrario* comme de l'inexistence. Nous avons vu dans la première partie du chapitre 1, la question de la « sphère de l'apparaître » (Butler, 2015) au sein de l'espace public. Etre visible permet d'apparaître et de s'engager dans l'espace public. Nous avons déjà discuté de la publicisation des mouvements sociaux et des différents relais permettant d'apporter de la visibilité pour une

cause<sup>81</sup>. Si une revendication n'est pas visible, alors les chances qu'elle devienne publique et qu'elle puisse se voir apporter une solution par les pouvoirs publics sont quasiment inexistantes. La quête de la visibilité revient de façon récurrente au sein du vocabulaire de formulation des mouvements d'action collective qui vont chercher à dénoncer l'invisibilité subie (Voirol, 2005).

Depuis quelques années, les recherches commencent à s'intéresser à l'inclusion et l'exclusion de ces mobilisations « invisibles » dans les médias (Brun, 2020 ; Bruneel, 2022). Par exemple, la thématique de la transidentité peut rapidement illustrer ce propos. Longtemps invisibilisée, les paroles sur le sujet deviennent audibles et perceptibles dans la scène médiatique grâce à différents mouvements sociaux et à un contexte d'individuation. Cependant, la question de la transidentité continue de subir une forme de sexisme avec une médiatisation quasiment exclusive des femmes trans, omettant les hommes trans. Ces derniers luttent donc contre leur invisibilité et tentent de faire entendre leur voix (Yanick, 2020). Il existe de nombreuses raisons à un déséquilibre lors de la médiatisation d'une thématique sociale. Pour le fait que les femmes trans soient davantage représentées que les hommes trans, Valérie Yanick donne des pistes de réponses comme par exemple « *l'obsession sexiste des médias pour les corps féminins* » (Yanick, 2020 : 8). De plus, un mouvement social peut être récupéré par des logiques commerciales, en témoignant l'émergence d'artistes féminines trans et le succès actuel d'émission comme *Drag Race*. Ainsi, face à cela, les hommes trans sont invités à s'engager dans une quête de visibilité. En effet, il faut rappeler qu'un mouvement social se présente comme une occasion privilégiée de mettre en question le monde social, en évoquant le juste et l'injuste, ayant comme objectif de faire bouger la société (Neveu, 1996). Le #lundi14septembre a les atours de cet objectif. Néanmoins, l'aspect éphémère du mouvement, malgré sa visibilité, le fait échouer à réellement remettre en question le monde social. En outre, la thématique est elle aussi aux prises avec des logiques capitalistes. Apparue en 1893 à l'Exposition universelle de Chicago lors d'une prestation par des danseuses égyptiennes, le *crop top* arrive en France avec l'arrivée des congés payés : les femmes descendant dans le sud, les habits s'adaptent aux nouveaux loisirs<sup>82</sup>. Aujourd'hui, le *crop top* est à la mode, il est visible à la fois dans les magasins, en couverture des magazines et de nombreuses célébrités s'affichent avec, quelle

---

<sup>81</sup> Voir Chapitre 2 Le processus de publicisation d'une revendication sociale (p 40).

<sup>82</sup> Brut, consulté le 26 avril 2024 <https://www.brut.media/fr/entertainment/l-histoire-du-crop-top-ff771e12-c493-4b1a-9946-14a9dfa78a09>

que soit leur situation<sup>83</sup>. Le *crop top* en lui-même a acquis de la visibilité et de la notoriété. Si le #lundi14septembre a existé avec sa pétition pour le droit à porter des *crop tops*, c'est bien en partie car ces vêtements sont à la mode, là où, une vingtaine d'années en arrière, il n'était pas si présent dans les rayons des magasins. Habit tendance, mobilisation éphémère et TikTok, le #lundi14septembre, dans sa globalité, n'entend pas poursuivre réellement une visibilité collective mais, comme nous l'avons vu au cours du chapitre précédent, une visibilité individuelle.

Avec la numérisation de la société, nous sommes dans une société de recherche de visibilité perpétuelle et exponentielle. Emohokage (vidéo 70) incite les internautes à la taguer dans leurs *stories* sur Instagram afin qu'elle puisse les repartager. Outre une stratégie de transmédiabilité (Jenkins, 2003), elle présuppose que la visibilité que lui offre son statut de macro-influenceuse est un idéal pour ses abonnés, cherchant une visibilité voire une reconnaissance, dont nous discuterons au cours du chapitre 7. En effet, l'individu se retrouve face une multitude de miroirs et d'écrans, dont l'objectif est de fixer son attention. Si lui-même souhaite fixer l'attention d'autrui, il doit exister et être visible (Barus-Michel, 2011). En bénéficiant de la visibilité d'emohokage, sa communauté pense qu'elle pourra fixer l'attention des internautes. Joël Birman (2011) parle même d'une « injonction à la visibilité ». Cette injonction découle de la surcharge informationnelle qui caractérise notre époque et de la saturation de différents marchés : avec le principe de l'offre et la demande, si le public montre de l'intérêt à un produit, il y a de fortes chances que celui-ci inonde le marché ensuite. Les stratégies marketing s'adaptent aux tendances sociétales du moment, saturant une seule vision qui, au départ, était faite pour se démarquer, et qui devient ensuite la norme. Il y a une véritable volonté de la part du discours publicitaire de profiter des opportunités et d'adopter des discours plaisant à son public cible (ou pour améliorer son image de marque) sans forcément respecter ce qu'ils mettent en avant. Par exemple, lors de sa collection printemps-été 2017, la marque de luxe Dior propose un tee-shirt, considéré comme une pièce culte selon les magazines de mode (Marie Claire, Elle, *etc.*) sur lequel est inscrit « *We should all be feminist* » et vendu 750 euros. Quelques années plus tard, lors du procès fortement médiatisé de Johnny Depp contre Amber Heard, véritable exemple d'un effet de *backlash*<sup>84</sup> (un retour de bâton) pour la cause des femmes, Dior a maintenu l'acteur

---

<sup>83</sup> Par exemple, Rihanna a fait beaucoup parler en portant des *crop tops* lors de ses grossesses.

<sup>84</sup> Nous présenterons la notion dans le chapitre suivant (p1 61).

en tant qu'égérie<sup>85</sup> pour son parfum, dont les ventes ont continué jusqu'à en faire un des parfums pour homme le plus vendus au monde. Cet exemple illustre bien l'opportunité que voient les marques à s'associer à des thématiques sociales « tendances » afin d'augmenter leur chiffre d'affaires sans adopter les valeurs qui y sont associées. Les marques cherchent à montrer une image plus inclusive. Pour être visible, il faut donc coller aux normes du moment. Ce fonctionnement s'applique également sur les RSN : être visible en suivant les tendances du moment. La visibilité en phase de TikTok permet aux internautes de se regrouper par centres d'intérêts communs, articulant leurs relations entre eux pour créer des nouvelles sociabilités, basées sur l'acceptation des tendances, créant ainsi une injonction au *trending*. Être *trending*, c'est être tendance, c'est suivre les *trends*. Une *trend* est un contenu faisant l'objet d'une mode éphémère, très consulté (ayant donc une grande visibilité) et que les internautes reproduisent en masse, le faisant devenir viral.

La visibilité va permettre à l'individu d'exister. Le cheminement pour devenir visible passe donc par une mise en scène de soi, une forme de récit de soi (Mehl, 1996) et la maîtrise de certaines techniques. Des anglicismes ont été trouvés pour évoquer ces démarches : le *self-branding* ou encore le *personal branding*. Dans les deux cas, l'essence du propos reste similaire : il s'agit d'appliquer des stratégies marketing à des personnes. Alors que cela existait déjà pour des célébrités, le concept s'applique maintenant à tous les individus : chacun a la possibilité de devenir une sorte de marque, il peut se façonner une identité, une image et chercher à se « vendre » auprès des autres, en recherchant de la visibilité. Pour ce faire, les individus sont encouragés à créer du contenu sur les RSN, à utiliser des hashtags pertinents pour toucher une audience plus large et à interagir avec leurs abonnés. Il s'agit là d'une illustration de la démocratisation de l'individualisation présentée précédemment : les individus semblent chercher à exposer leur singularité pour se sentir exister, tout en s'inscrivant dans des groupes (individuation). Néanmoins, la visibilité sur ces plateformes va être régie par des algorithmes, amenuisant la singularité, comme nous le verrons dans le prochain chapitre. Nous préférons le terme de « marketing de soi » pour notre réflexion afin de limiter l'emploi des anglicismes. Le marketing de soi est imprégné par une dimension économique, au sein de laquelle le capitalisme est un élément central. En premier lieu, il convient de définir le capitalisme et pour ce faire, nous nous appuyerons sur l'ouvrage

---

<sup>85</sup> Lorsqu'un scandale éclate, les marques ont tendance à lâcher leurs égéries comme par exemple Lacoste en 2020 qui a rompu ses contrats avec les rappeurs Roméo Elvis et Moha La Squale lorsqu'ils ont été accusés d'agressions sexuelles.

de Luc Boltanski et Eve Chiapello (1999). Selon eux, la notion d'accumulation en est l'essence : une accumulation illimitée, sans restriction de volume ou de quantité, provoquant à la fois de nombreux fantasmes mais aussi de nombreuses inégalités car, en se basant sur le principe de fructification du capital par le capital, il faut bénéficier en amont d'un capital (pour pouvoir le réinvestir et le faire croître de façon passive). Le capitalisme est donc une recherche d'accumulation visant à faire grossir le capital.

Avant d'interroger notre terrain, nous commencerons par définir les différents types capitaux. Ceux-ci représentent aussi les ressources d'un individu dans un domaine spécifique. Pierre Bourdieu (1970) en a initialement défini quatre sur lesquels nous allons nous focaliser et les adapter à notre réflexion sur le marketing de soi en ligne. Bourdieu parlait de la reproduction en expliquant que les inégalités sociales se perpétuent par transmission familiale, avec les capitaux dont on héritait. Pourtant, avec les RSN, il semble davantage possible de pouvoir influencer sur ces capitaux, c'est tout du moins ce que cherchent à faire une partie des individus que nous avons étudiés. Tout d'abord, le capital économique regroupe les ressources financières d'un individu, que ce soit ses revenus ou son patrimoine. Faire fructifier son capital économique grâce au marketing de soi signifie simplement générer des revenus financiers avec le contenu produit sur les RSN. Des individus peuvent faire la promotion de produits qu'ils vendent, mettre leur mail pour les collaborations ou, de façon plus directe, mettre un lien *Paypal* pour que les internautes envoient directement de l'argent.

Le capital symbolique représente aussi le prestige social du sujet, lui fournissant une crédibilité voire une autorité dans le but d'accéder à une position sociale acceptée et reconnue par autrui. Toute la construction faite grâce au marketing de soi permettra à l'internaute de se légitimer (ou non) dans un domaine. Par exemple, des individus vont se positionner sur le segment du fitness ou de la vulgarisation de concepts scientifiques en justifiant de leur pratique ou leur métier pour légitimer leur expertise et donc leur parole sur la thématique. Ce capital symbolique s'acquiert par la validation par des pairs et sera mis en scène dans le contenu présenté. Bourdieu traite également du capital culturel, rassemblant l'ensemble des ressources culturelles dont dispose un individu. Celles-ci sont attestées soit par des diplômes soit par des pratiques. Fabien Granjon met en parallèle la notion de « capital numérique » et de « capital culturel » : « *Nombre d'enquête de terrain montrent que les usagers les plus avancés dans l'informatique connecté -techniquement les plus compétents- sont plus susceptibles de tirer quelque profit de leur pratique en ligne que leurs homologues qui ne*

*peuvent se prévaloir que de compétence moindre* » (Granjon, 2022 : 67). Maîtriser des compétences d'usage du web fera donc augmenter le capital numérique de l'individu, il aura donc plus de chances de capitaliser sur les autres points. Enfin, le capital social est défini par Bourdieu comme « *l'ensemble de ressources actuelles ou potentielles qui sont liées à la possession d'un réseau durable de relations plus ou moins institutionnalisés d'interconnaissance et d'inter reconnaissance* » (Bourdieu, 1980 : 2). En ce sens, le terme réseau signifie appartenir à un groupe au sein duquel les individus sont unis par des liaisons permanentes et utiles. Le capital social aura davantage d'impact en fonction de l'étendue du réseau, des liaisons qu'il peut mobiliser et du volume du capital (économique, culturel ou symbolique) possédé par les personnes de ce réseau. Cela donne ainsi un effet multiplicateur encore plus fort sur les RSN (notamment ceux avec une visibilité en phare) où les contraintes spatiales et/ou financières n'entrent que très peu en compte dans la rencontre de nouveaux individus. La recherche d'augmentation du capital social sur les RSN se traduit soit par une incitation directe à s'abonner soit en inscrivant un autre RSN dans sa description, incitant les internautes à aller consulter cet autre compte.

Afin de mieux comprendre les logiques inhérentes au marketing de soi dans notre étude, nous les avons étudiées au sein des descriptions des comptes. Nous avons repris les quatre tels que théorisés par Bourdieu et avons ajouté une catégorie pour les comptes n'ayant aucune vocation réellement affichée (voir figure 40) qui ne représente que 24 %.

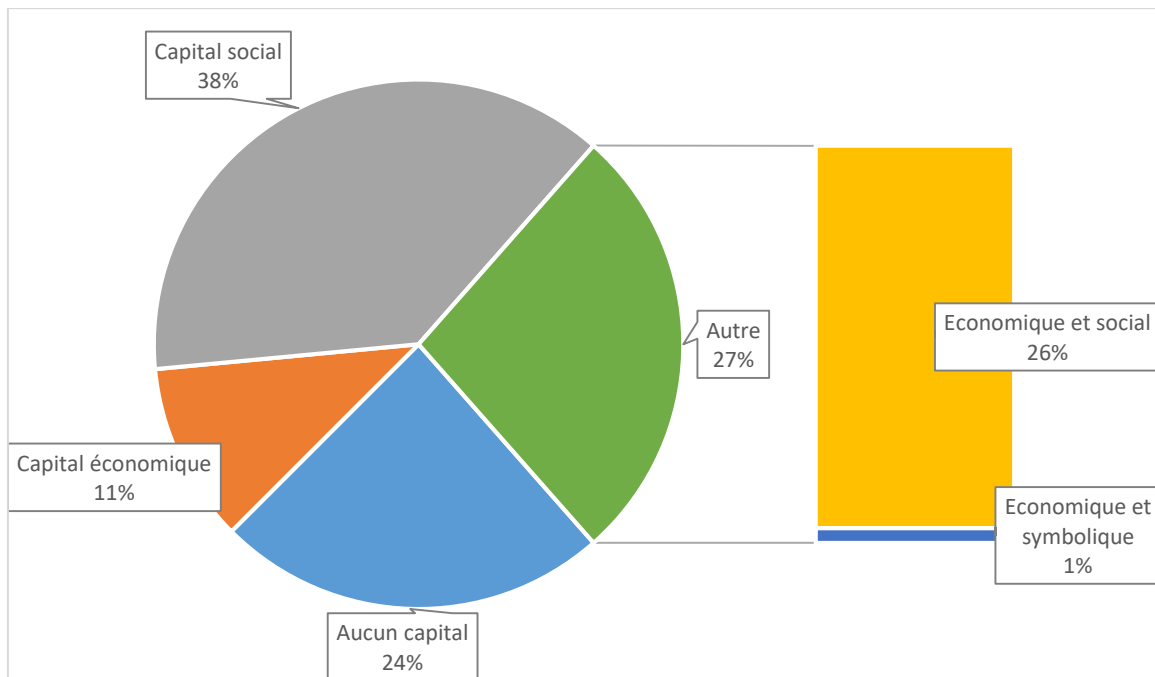


Figure 40 - Répartition des recherches d'augmentation des capitaux

Ainsi, 76 % des comptes étudiés exposent clairement une volonté d'augmenter au moins un de leurs capitaux. Voici des exemples pour chacune des catégories :

- Aucun capital : pan/sapio 🏳️ elle/iel 🔊
- Capital social :   
Enchantée  
Insta : maeva.a18  
17 y/o
- Capital économique :   
21 ans  
REMQ  
📍 De Paris  
Je vous met mon PayPal juste là (au cas où):  
[www.paypal.me/MaxineDager](http://www.paypal.me/MaxineDager)
- Capital économique et social :   
maria@nextchapter.agency  
Plus sûr mon INSTA !! 📷  
Merci pour les 308 k ! 😊❤️
- Capital économique et symbolique :   
❤️ Créatrice de @les\_epatantes -  
Papeterie Féministe ❤️  
[www.carlotaboyer.com](http://www.carlotaboyer.com)

64 % des comptes poursuivent une volonté d'augmentation du capital social numérique. Ces nouvelles sociabilités deviennent l'objectif des internautes, d'autant plus lorsque ceux-ci n'ont pas une grande communauté (voir figure 41).

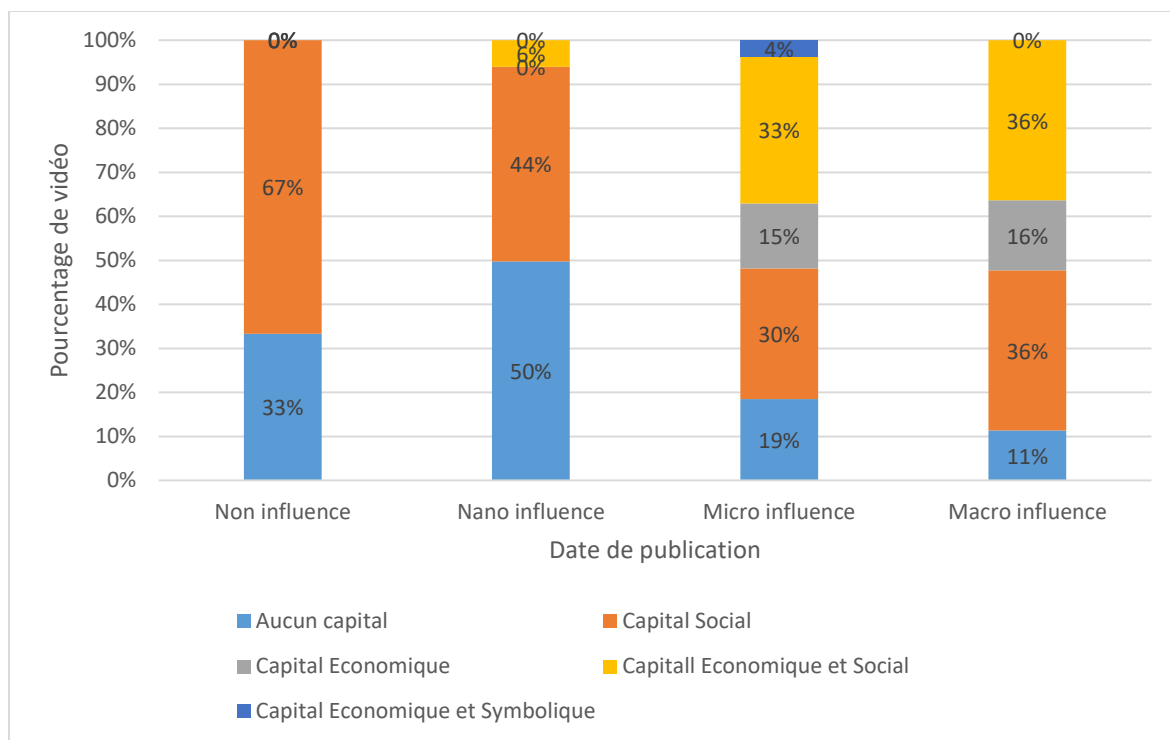


Figure 41 - Répartition des recherches d'augmentation des capitaux par niveau d'influence

Nous remarquons que les comptes avec le moins d'abonnés cherchent à augmenter leur capital social. Par une forme de mimétisme, par un besoin d'approbation ou de reconnaissance, ils recherchent de la sociabilité en ligne afin de construire un réseau de liaisons. Nous avons déjà vu qu'avec la numérisation de la société, les relations sociales ont évolué. L'individualisation des pratiques a également impacté le lien social. La surconsommation encourage les individus à toujours consommer plus pour se divertir davantage, créant un déficit d'attention. Imprégnés de cette culture, les sujets pensent leurs relations sociales de cette manière. Il n'est pas recherché d'échange avec un individu, de création de nouveaux liens sociaux, mais l'augmentation d'un chiffre, celui du nombre d'abonnés. Les nouvelles sociabilités en ligne, bien qu'ayant multiplié les réseaux, demeurent superficielles. L'individu devient alors un produit aux yeux des autres et devient jetable, l'important étant la visibilité, l'existence à travers le regard d'autrui. Qu'importe la



personne, pourvu qu'on ait le nombre. Lilixass (entretien 3) explique avoir plusieurs comptes « *j'en ai trois sur Instagram et deux sur TikTok* ». Elle distingue ses usages « *j'ai mon compte principal, j'ai un compte où je poste juste ... c'est un compte off, où je poste juste des photos nulles. C'est un peu comme un compte privé, mais ce n'est pas un compte privé, si mes abonnés veulent s'abonner, ils s'abonnent. C'est juste un compte beaucoup moins sérieux que le perso, là où je vais poster des belles stories. Là je vais poster des stories un peu inutiles* » jusqu'à son compte qui est privé, avec 3 000 abonnés environ, sur lequel elle raconte sa « *vie tous les jours* ». Elle nuance le sens « privé » car « *au final il n'est pas totalement privé car il y a des gens que je ne connais pas malgré le fait qu'avec le temps je finis par les connaître car j'interagis avec eux, etc mais cela reste quand même des gens que je ne connais pas.* » Ici apparaissent bien ces nouvelles formes de sociabilité entraînées par les RSN. Mais lilixass (entretien 3) n'a pas affichée de recherche d'augmentation de son capital social sur son compte TikTok. Micro-influenceuse en 2020, macro-influenceuse en 2024 (avec presque 200 000 abonnés), elle peut se permettre de ne pas prêter attention à son nombre d'abonnés. A la question, « *essaies-tu d'augmenter ta communauté ?* » elle répond ne pas s'en soucier, qu'elle « *ne se prend pas la tête* » si elle perd ou si elle gagne des abonnés.

A l'image de lilixass, les autres individus de notre étude nous permettent d'affirmer ceci : plus le capital social de l'internaute est conséquent, plus il tente d'influer sur ces autres capitaux. L'acquisition d'un capital social, passant par la visibilité d'un compte et du contenu produit, apparaît alors comme la première étape, celle que cherche à acquérir une majeure partie de notre corpus d'étudiés.

La visibilité à travers les écrans fait émerger la question de la théâtralisation de l'existence, nous renvoyant aux travaux d'Erving Goffman (1956). Il distingue huit éléments : l'acteur, le public, le consensus, le cadre de représentation, la façade, le rôle, les coulisses et la représentation.

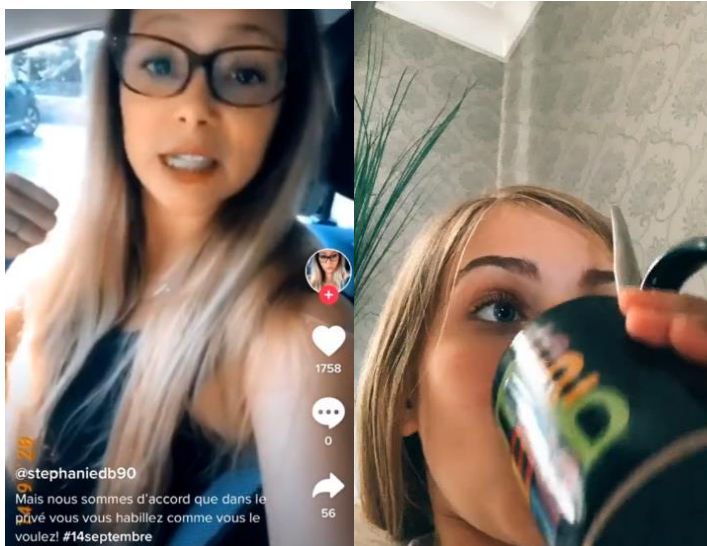


Figure 42 - Captures d'écran vidéo 50

Tout d'abord, l'acteur ou l'actrice. Il s'agit de la personne qui sera en représentation, comme dans le monde traditionnel du théâtre et du cinéma. C'est l'idée que l'individu est un acteur pour autrui. Suivant la façon dont il parviendra à convaincre son public, il se sentira alors légitime de dire ce qu'il prétend être la vérité. Par exemple, clem.lmt, dans sa vidéo (voir figure 42)

reprend la vidéo de stephaniedb90 qui exprime son avis contre le mouvement du #lundi14septembre. Clem.lmt se filme en gros plan avec une prise de vue frontale, en train de boire quelque chose dans un mug. Le discours employé n'appelle pas au débat, en mobilisant des moyens de déstabilisation sur le discours de l'autre personne « *J'avais oublié que au lycée collège et tout on s'habillait en costume. En robe de soirée et tout. J'avais oublié. Vous faites pas ça vous ? Hum bizarre. Et puis ce n'est pas le collège et les lycées qui apprennent ça, c'est les écoles spécialisés dans la vente de marque de luxe ou quoi. A la tienne hein ! Parce qu'au lycée tu t'habilles en jean machin hum ! C'est pas dans un magasin de luxe que tu vas t'habiller comme ça. Donc si, on a le droit de protester sur la façon dont on veut s'habiller. Bisous* ». Rien ne permet d'affirmer que la personne à qui elle veut répondre à travers cette vidéo ait eu connaissance de celle-ci. Avec plus de 66 300 abonnés (micro-influence), elle se sent légitime et pense tenir un propos universel représentant la vérité, sa vérité, à laquelle son public va adhérer. Evidemment, cela n'est pas forcément universel. Goffman rappelle qu'un acteur n'est pas nécessairement pris à son propre jeu mais sur internet, avec les bulles de filtres et les processus algorithmiques, tout est pensé pour que l'acteur soit conforté dans ses idées, renforçant ainsi son sentiment de légitimité et lui donnant un sentiment d'appartenance à une communauté. Les commentaires lui donnent l'impression d'être écouté et que les personnes adhèrent à sa réalité. Au sein de notre corpus de commentaires, 9,9 % sont des réponses directes à la personne émettrice, 3,7 % sont un soutien direct au mouvement (ce calcul ne prend pas en compte le soutien indirect, avec les

personnes complimentant, répondant aux questions, identifiant d'autres individus, etc) et seuls 7,8 % sont des commentaires affichant clairement leur opposition au mouvement.

L'acteur s'adresse donc à un public et il y aura un accord tacite sur la relation entre les deux : leur échange sera permanent. Cet accord s'appelle le consensus, c'est le contrat unissant acteur et public autour du cadre de la représentation. Dans le cas de notre étude, le public représente les internautes utilisant TikTok et, possiblement, les communautés d'abonnés de chaque créateur. Il existe différents éléments au consensus. Tout d'abord, il y a les règles d'utilisation propre au RSN, mettant ainsi en lumière la particularité de cette théâtralité numérique. Le contrat ne tient plus uniquement entre deux mais entre trois entités l'acteur, le public et la plateforme, ce qui influence grandement les sociabilités, comme nous continueront de le voir au cours de ce chapitre. En se focalisant uniquement sur le consensus entre l'acteur et le public, l'acteur va attendre



Figure 43 - Capture d'écran vidéo 73

du public qu'il interagisse avec son contenu afin, justement, de gagner en visibilité. Ainsi, après étude du contenu filmique et des descriptions des vidéos, il y a 37 % de demande d'interaction, soit uniquement dans la vidéo (20 %), soit uniquement dans la description (26 %), soit dans les deux (8 %). Cela peut prendre la forme d'une question à laquelle les internautes sont invités à répondre dans les commentaires « depuis le début de l'année qui c'est prêt des remarques? #lundi14septembre #2020 #femmes » (vidéo 8), soit à partager directement la vidéo « Partagez un Max ❤️#lundi14septembre #sexism #pourtoi #partageunmax2 #foryoupage » (vidéo 9), soit à faire des duos<sup>86</sup> « #lundi14septembre j'attend vos retours de cette journée, et surtout faites un duo je veux voir vos tenu ❤️❤️❤️#pourtoi #foryoupage » (vidéo 85), soit à liker la vidéo (voir figure 43).

Le consensus est également à mettre en rapport avec le cadre de représentation, appelé aussi la scène. L'essence de ce cadre va définir les conventions de la représentation : dans la vie

---

<sup>86</sup> La fonctionnalité Duo permet de publier une vidéo côte-à-côte avec la vidéo d'un autre créateur sur TikTok.

réelle, les règles ne sont pas les mêmes suivant que l'on soit au lycée, au restaurant ou en famille. Sur internet, les règles ne seront pas les mêmes suivant la plateforme choisie pour s'exposer.

Afin de pouvoir diffuser son message, l'acteur va présenter une façade, une attitude qu'il va adapter à la situation dans laquelle il interagit. La façade permet d'établir et de fixer la situation proposée au public, c'est l'appareillage symbolique qui est composé de deux éléments. D'une part il y a le décor, constitué d'un ensemble d'éléments scéniques, représentant ce qu'il y a en arrière-plan. En reprenant l'exemple de la vidéo de clem.lmt, le décor est constitué de la jonction entre deux murs tapissés et la partie d'une plante verte, laissant supposer qu'elle se filme à l'intérieur d'une maison, possiblement le salon de ses parents. D'autre part, il y a ce que Goffman appelle la « façade personnelle » désignant les éléments pouvant être confondus avec la personne et la suivant où qu'elle aille, on y trouve les vêtements, le sexe, l'âge, les caractéristiques ethniques, la taille, la physionomie, la façon de parler, l'attitude, *etc.* Ainsi clem.lmt propose une façade visant un public jeune en rupture avec des générations plus âgées.

Puis vient le rôle : il s'agit de l'attitude que la personne en représentation adopte pour correspondre à la situation. Cette attitude peut découler d'une routine lorsqu'elle est formatée par les conventions de la région concernée, par exemple au lycée, l'individu a un rôle de lycéen qui est normé par le dispositif que représente le lycée. C'est d'ailleurs une partie des discussions autour du #lundi14septembre : est-ce du rôle des lycéennes de venir à au lycée vêtue de *crop top* ? En tant que lycéenne, elle rentre dans ce que Goffman appelle un « rôle social » auquel elle est invitée à s'adapter ou, au contraire, elle peut chercher à en sortir totalement, par obligation. L'acteur va alors ensuite réaliser des actions normées en fonction de la façade choisie pour l'interprétation de leur rôle. Le rôle social peut être différent de ce qu'est l'individu en coulisses qui sont le lieu hors du cadre de représentation. Goffman parle de « *front stage* » et de « *back stage* » : la performance publique sera la représentation et la seconde sera la vie privée de l'acteur. Néanmoins, à l'heure du brouillage des frontières entre privé et public à cause des RSN, le sujet se retrouve à devoir être toujours en représentation en maintenant une certaine conformité avec les attentes sociales liées à son rôle. Cette particularité peut entraîner des conséquences, notamment pour les personnes n'en ayant pas conscience, et provoquer des situations de ruptures. Ce qui est posté sur internet, reste et nombreux sont les exemples d'anciennes publications remontées à la surface lorsqu'une personne commence à acquérir une certaine célébrité.

Différents rôles peuvent utiliser les mêmes façades et celles-ci deviennent une représentation collective, ce à quoi nous sommes faces. Notre corpus propose une représentation collective qui est en accord avec les revendications du mouvement, une seule vidéo expose son opposition au mouvement celle de angelinkkoff (vidéo 95) « *#LeBrownieMouv #lundi14septembre petit brouillon qui va m'être utile, cette tenue : école ✕travail ✕sortir ✕shooting photo/vidéo ✓chacun est libre mais..* ».

Les actions réalisées vont venir renforcer la représentation. Celle-ci se définit par l'ensemble des actes par lesquels un acteur tente d'influencer le public. Il s'agit d'actes communicationnels et ils peuvent être soit explicites ou implicites. Afin de correspondre au mouvement, les lycéennes s'exposent avec une tenue correspondant.

Il y a indubitablement un caractère performatif à cette mise en scène de soi. Des individus peuvent jouer un rôle pour correspondre aux attentes du public, aux attentes de la tendance du moment. Cette modulation délibérée de son image inscrit le sujet dans une démarche de marketing de soi, poursuivant un ou plusieurs objectifs. C'est ce que Goffman appelle la « dramaturgie sociale », l'individu agit comme un acteur sur une scène sociale et adapte sa performance au contexte. Il faut bien sûr garder à l'esprit qu'il est impossible d'en faire une généralité : la mise en scène de soi n'est pas nécessairement préconçue et réfléchie, laissant ainsi la possibilité d'étudier des traces plus spontanées<sup>87</sup>. On présuppose que plus le compte a un statut d'influence haut, plus la mise en scène de soi est travaillée. En effet, les enjeux sont différents suivant qu'il s'agisse d'un compte « pour le plaisir » et d'un compte professionnel.

Participer au #lundi14septembre, qui a fonctionné à la fois comme une imitation d'un mouvement militant (permettant d'acquérir un capital symbolique) et comme une tendance sur TikTok, donne de la visibilité. En classant les différents types de compte en fonction de la date de diffusion de la vidéo (voir figure 44), nous constatons une tendance. Les comptes de nano et micro-influence sont plus nombreux le samedi, puis, dès le dimanche, les comptes de macro-influence apparaissent pour devenir majoritaires le lundi 14 septembre, le jour de l'action, avec un effectif de 63 %. Se dégage ici une volonté de ces personnes de s'emparer et de mobiliser l'engouement né durant le week-end. C'est également le lundi que le mouvement a bénéficié d'une couverture médiatique et a reçu les soutiens de personnalités

---

<sup>87</sup> Voir 5.2 Laisser des traces (p 141)

liés, de façon directe ou indirecte, au féminisme, pouvant donner ce vernis-là qui à quiconque s'associe au mouvement. Comme nous l'avons vu précédemment avec les entreprises s'appropriant des thématiques sociales pour augmenter leurs ventes, le même mécanisme va être appliqué par des individus sur les RSN.

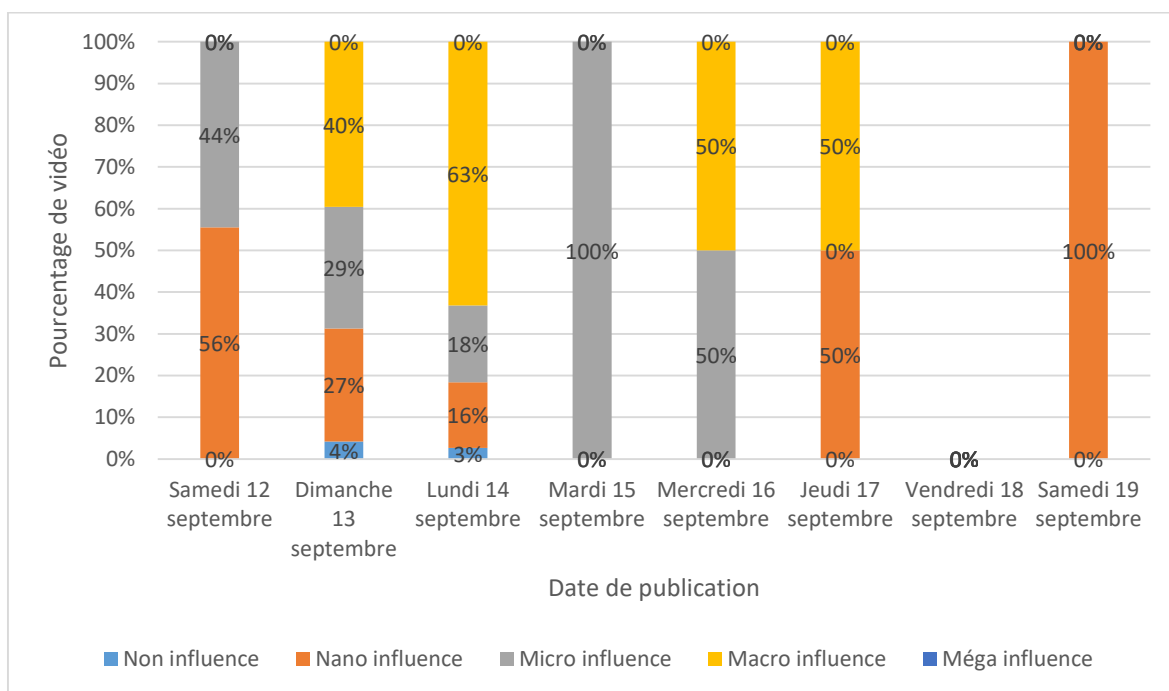


Figure 44 - Répartition des statuts d'influence par jour

L'accès à la visibilité passe donc par différentes stratégies que l'individu peut mettre en place sur internet. Même si la problématique de la visibilité tient une place prédominante dans nos sociétés actuelles (Voiron, 2005), il ne s'agit pas pour autant de tomber dans une forme de déterminisme technologique. Le besoin de visibilité n'est pas apparu avec internet. Elias (1987) fait remonter à Rousseau le besoin fondamental d'être vu : être perçu, c'est exister ou tout du moins avoir le sentiment d'exister. Selon lui, les sentiments issus du regard sont au fondement du sentiment d'existence. Joël Birman (2011) reprend la formule de Descartes et l'adapte à la place de la visibilité dans notre société occidentale « Je vois et je suis vu, donc je suis » : nous sommes dans une injonction du regarder, l'invisibilité semble interdite, rappelant les sociétés dystopiques d'Orwell. L'injonction à la visibilité révèle une nouvelle condition de l'individu actuel « une condition fondamentalement sensorielle qui contribue à

*induire une économie psychique inédite liée au caractère illimité et intrusif des technologies* » (Haroche, 2011 : 77). La recherche de visibilité s'adapte à l'époque dans laquelle elle s'inscrit et mobilise les outils à sa disposition.

La société numérisée dans laquelle nous évoluons réduit l'individu à son apparence. Celui-ci est en prise avec les images et, par extension, aux écrans. Notre société devient donc une société de l'image où il faut voir pour croire. L'affiche exposée sur le compte Instagram Borda Révolte avait pour objectif de prouver le propos des lycéennes à l'initiative du mouvement. Elle avait vocation à révéler, à prouver. L'écran a alors une double fonction : il s'interpose entre la réalité et la personne qui la contemple et il lui présente la réalité. Filmer ou prendre une photo revient à prouver, à légitimer un propos afin de lui apporter de la visibilité. Selon le Baromètre du numérique 2022<sup>88</sup>, 87 % des Français avaient un smartphone en 2022, rendant possible pour grand nombre de personnes de s'improviser journaliste l'espace d'un instant et de publier ensuite le contenu sur internet pour servir son propos. La société glisse ainsi d'un « monde de parole » à un « monde du visible » (Bouilloud, 2011) : ce qui est cru n'est plus tant ce qui est dit mais les images, les preuves. Dès qu'il se passe quelque chose, les individus filment, pour montrer qu'ils étaient là (lors d'un concert par exemple dont la vidéo sera ensuite postée sur les RSN) ou pour prouver leurs dires. Cette méthode est régulièrement utilisée par des sujets investis dans des luttes sociales, quelles qu'elles soient, afin de tenter de rallier les opinions publiques à leur cause. Là où, à l'époque, ce genre de pratique se faisait en caméra cachée, avec les enquêtes d'investigation des journalistes par exemple qui floutaient les protagonistes, elle devient beaucoup plus problématique à l'heure d'internet avec un droit à l'image rarement respecté allant parfois jusqu'à une incitation de divulgation des données personnelles pouvant entraîner des raids de harcèlement ou de cyber-harcèlement. En février 2024, Damien Rieu, un militant et homme politique français d'extrême droite, poste une vidéo sur X, atteignant plus de vingt millions de vues en 24 h, dans laquelle il filme un individu dans le métro qui l'insulte de « belle ordure ». Pour accompagner la vidéo, il demande si des personnes connaissent cette personne. Des internautes ont alerté la préfecture de police. Néanmoins, dans des cas moins médiatisés, les données personnelles d'une personne peuvent être diffusées sur internet de façon anonyme, comme ce fut le cas pour la journaliste française

---

<sup>88</sup> Vie Publique, consulté le 2 mai 2024 <https://www.vie-publique.fr/en-bref/288030-barometre-du-numerique-les-chiffres-cles-2022#:~:text=%C3%80%20la%20date%20de%20l,importants%20en%202020%20et%202021>

Nadia Daam dont l'adresse personnelle et le nom de l'école de sa fille avaient été propagés sur internet pour la menacer. Convoiter la visibilité sur internet peut alors devenir glissant. Afficher ou « se faire afficher » peut, dans un cas comme dans l'autre, entraîner des poursuites judiciaires. A l'heure des intelligences artificielles, des logiciels de montage et même des filtres (directement intégrés aux smartphones et aux RSN), rien n'est moins trompeur qu'une image. Cette suspicion est présente chez de nombreux individus, mais elle n'est pas toujours acceptée. Il existe des thématiques sur lesquelles il est difficilement recevable de remettre en question un témoignage, alimentant un peu plus la rupture des débats<sup>89</sup>. Au sein de la section commentaire de la vidéo 2, exposant le témoignage d'une jeune fille agressée, un individu refuse de la croire sur parole et demande des preuves, ce qui est mal reçu par un autre internaute (voir figure 45).

235		vive_les_films_et_series	Tik Toker	14/09/20 18:24:36	0	elle a des preuves ?
	235 -1	usxrnm	♡ j e s s i c a .	14/09/20 18:41:00	1	Sa vidéo n'est pas suffisante ?? Elle est obligée d'encore + se justifier ?
	235 -2	vive_les_films_et_series	Tik Toker	14/09/20 18:41:27	0	nn montrer des preuves
	235 -3	usxrnm	♡ j e s s i c a .	14/09/20 18:46:15	1	Y'a pas besoin de montrer des preuves ok? Sa vidéo est suffisante et son visage l'est encore plus
	235 -4	vive_les_films_et_series	Tik Toker	14/09/20 18:47:40	0	oh bah oui une videos ou on dit je le suis fait taper et jai pus maitre du m'aquilage pour faire sa ses enormement de preuves sa 😊
	235 -5	usxrnm	♡ j e s s i c a .	15/09/20 05:59:09	0	Si tu crois que c'est du maquillage c'est ton problème mais rigole pas de la situation pcq si c'est bien vrai ce qu'elle dit tu passeras pour un c.on
	235 -6	vive_les_films_et_series	Tik Toker	15/09/20 07:02:34	0	ok stv

Figure 45 - Extrait commentaires vidéo 2

<sup>89</sup> Voir 9.2 Rupture du débat, une polarisation idéologique (p 246).



Entre les principes de théâtralité et la possibilité (de plus en plus accessible au grand public) de modifier l'image, la visibilité devient dangereuse. Le principe de viralité d'internet, aux prises avec une réduction de discours et un temps d'attention toujours plus réduit, vient bousculer et abimer l'espace public.

Toutefois, c'est grâce à une image relayée sur Instagram que le #lundi14septembre a pu émerger, permettant de nuancer notre propos. La visibilité continue d'être une quête pour les mouvements sociaux. Les lycéennes ont voulu apporter de la visibilité sur une chose qu'elles ont jugée anormale. Il s'agit d'un élément de langage récurrent au sein des mobilisations sociales : l'invisibilité va être dénoncée, on recherche la visibilité de certaines causes (avec leurs problèmes et leurs situations d'injustice), *etc.* Dans cet axe, ce besoin de visibilité peut s'entendre à travers l'hypothèse du déploiement de soi. Il est interdit à ces lycéennes de s'exprimer à travers leurs vêtements dans le cadre scolaire, elles cherchent à l'exprimer grâce à cette visibilité numérique, laissant ainsi des traces d'elles-mêmes sur internet.

## 5.2 Laisser des traces

Sur internet, le sujet s'engage dans un processus de transformation dans lequel il va se constituer et se reconnaître en tant que sujet. L'individu va alors chercher à se présenter de différentes façons. Nous avons découpé notre étude des présentations de soi en deux : tout d'abord, nous nous sommes intéressés aux vidéos puis nous nous sommes intéressés aux descriptions des comptes étudiés.

Au sein du corpus de vidéos, 52 % proposent une forme d'expression de soi à travers la tenue. Le *look* est présenté comme la façon d'exposer sa personnalité aux yeux de tous. Il s'agit d'un facteur sur lequel l'adolescent, dans une certaine mesure, peut exercer son pouvoir d'agir. Le souci de l'apparence semble être au cœur des préoccupations. Selon Jacques Dewitte (2010), c'est une chose inhérente à la vie que de se montrer, s'exhiber, de s'orner même si cela va à l'encontre des principes d'utilité. Il mobilise l'expression « profondeur de frivolité » et réfute l'idée qu'il existe un être qui soit pur de tout paraître : l'existence est montrée à voir, elle se dédouble entre « être » et « paraître ».

Prenons l'exemple des *hikikomori*<sup>90</sup> au Japon, ces individus ne sont pas « visibles » de façon directe aux yeux de la société mais ils sont recensés par le gouvernement. Leur non-visibilité entraîne tout un système symbolique autour d'eux.

Vouloir apparaître aux yeux d'autrui permet d'exister, en témoigne le « boom » de TikTok qui a pu dépasser les deux milliards de téléchargements durant le premier confinement en 2020<sup>91</sup>, avec plus de 65 millions rien que pour le mois de mars 2020 selon le cabinet *SensoTower* (Ebongué, 2021). Ne pouvant sortir de chez eux, les individus ont transposé leurs sociabilités sur internet, que ce soit avec des parfaits inconnus ou avec leurs proches lors des fameux « apéro-skype ». Sur TikTok, le #quarantinebirthday permettait de partager son anniversaire s'il tombait pendant cette période de confinement. Nombreuses sont les personnes ayant documenté leur confinement ou, tout simplement, fait passer le temps (Ebongué, 2021).

Exposer sa tenue répond à une logique somme toute naturelle, une façon d'exister auprès de ses pairs, sur un lieu hors de la vue des adultes. Pourtant nous verrons au chapitre suivant qu'elle cache des logiques beaucoup moins émancipatrices.

Outre sa tenue, le sujet, de façon plus ou moins consciente, va également se présenter de façon indirecte en exposant des éléments de son environnement privé (chambre, salon, lycée, etc.).

Parfois, on distingue à peine l'arrière-plan mais dans 26 % des cas, l'environnement est clairement identifiable. Le regard panoptique de l'internaute s'intensifie : au-delà d'observer autrui sans être vu, il lui est permis de voir le foyer, le lieu d'habitation (voir figure 46). La chambre est la pièce la plus récurrente. En effet, il s'agit d'une pièce importante pour un




Figure 46 - Captures d'écran vidéo 94 & 96

<sup>90</sup> Un hikikomori est un individu vivant reclus chez lui depuis plus de six mois.

<sup>91</sup> *Le Figaro*, consulté le 3 mai 2024 <https://www.lefigaro.fr/secteur/high-tech/dope-par-le-confinement-tiktok-depasse-les-deux-milliards-de-telechargements-20200501>

adolescent qui participe à sa réflexivité et à sa construction (Zaffran, 2013). C'est leur « lieu à eux », pour reprendre le propos de Virginia Woolf (1929), littéralement « une chambre à soi » dans laquelle ils expérimentent leurs goûts, affichent leur appartenance à une communauté et investissent leur affect. C'est l'endroit dans la maison familiale où ils peuvent décider, s'isoler, se retrouver, là où ils ont une intimité. Et pourtant, cette intimité est partagée sur les RSN, sans que cela ne questionne ni le sujet, ni ceux qui vont regarder, prouvant ainsi les évolutions des liens sociaux depuis l'arrivée des RSN. La chambre est un lieu favorisant la reconnaissance, mais nous y reviendrons au cours de la partie 3.

Le recours à l'humour est mobilisé dans 24 % des vidéos. Ce n'est cependant pas une recherche à la singularité ni à l'originalité mais nous y reviendrons par la suite<sup>92</sup>. Le décalage entre les CPE et les élèves est mis en scène dans 20 % des vidéos, les autres vont évoquer la mise en scène des lycéennes (vidéo 26), le test pour la Covid-19 (vidéo 66), la sexualisation par les hommes (vidéo 71), les poils (vidéo 76) et l'uniforme (vidéos 19 et 100). Pour Claire Balleys (2016), faire rire est un facteur de prestige social entre pairs. Néanmoins la réception est différente en fonction du genre de la personne émettrice. Parmi les commentaires étudiés, nous avons eu ceux de deux vidéos à caractère humoristique, les vidéos 19 et 20. La vidéo 20, accompagnée du texte « *Quand tous les arabes vont arriver en djellaba lundi* » et réalisée par yahyaachou, le met en scène dans le premier plan avec une djellaba bleue. Sur le second plan, il endosse le rôle des CPE, genrées au féminin avec un tee-shirt à manche longue sur la tête comme substitution aux cheveux longs, caractéristique féminine dans l'imaginaire, avec comme texte « *Les CPEs qui vont oublier les croptops* ». Le propos de sa vidéo était de montrer une forme de hiérarchisation dans les interdits vestimentaires. Parmi les commentaires, 12,21 % répondent à sa vidéo en exprimant une forme de rire, signe approuvateur d'un public d'humoriste conquis. En voici quelques exemples :

3	user174926157		13/09/20 15:25:44	4	ptdrrrrrrr pas mal
4	raniia_ttk	:~)	13/09/20 15:25:52	0	Ptdrrrrrr
5	leeloopsps	fog	13/09/20 15:25:52	15	MDRRRRRRR
9	._.17h29	17h17	13/09/20 15:27:40	3	😊 j'en peux plus 😊

<sup>92</sup> Voir 6.1 Produire du contenu standardisé (p 161).



30	joane054	Jo	13/09/20 18:53:49	1	on est ensemble tkt mais sinon je l'aurais directement fait mais ducoup pfff je peux pas 😊
38	_annexo	_annexo_	13/09/20 19:11:44	1	same 😊😊
39	lxcy.pr	<i>Lucie</i>	13/09/20 19:14:08	2	Pareil 😊
64	elisa.lrr	zazou 🐱🐶	13/09/20 20:48:06	0	la même !!
67	lxa.dcs06	lxa06	13/09/20 20:56:20	0	La même 😊
82	boborbr	Bobo ✨	13/09/20 22:15:18	0	On est ensemble ❤️
86	user245664780	.	14/09/20 05:03:01	0	Cette tenue 😊
92	thecameleongirl	🌸 Krystal 🌸	14/09/20 09:02:09	3	moi j'adore ta tenue 🤩
94	_clara.fnr_	🌙	14/09/20 11:12:26	0	J'adore

Figure 48 - Extraits commentaires vidéo 19

Ces deux exemples exposent un décalage sur la réception d'une vidéo humoristique en fonction du genre, attestant le fait que l'humour est encore considéré comme un territoire masculin par les adolescents (Balleys, 2016) et assignant les vêtements à un registre féminin. Gardons à l'esprit qu'il ne s'agit que d'un exemple et nous ne sommes pas en mesure d'affirmer ou d'infirmer cette idée sur l'ensemble de notre corpus.

Enfin, 10 % des vidéos représentent des danses, pour la plupart issues de challenges, donnant

ainsi l'impression que la vidéo sert à « meubler » la mobilisation ou, au contraire, que la mobilisation n'est qu'un prétexte pour s'exposer sur TikTok. En effet, parmi ces vidéos dansées six présentent le mouvement (vidéos 1, 29, 34, 52, 58 et 96), deux invitent les internautes à voter pour la tenue (vidéos 25 et 97), une présente sa tenue pour



Figure 49 - Captures d'écran vidéo 65 & 69

la mobilisation (vidéo 78) et la dernière expose simplement une danse, sans davantage d'information sur l'image (vidéo 75).

Cinq vidéos méritent d'être classées à part dans notre analyse. Tout d'abord, les vidéos 65 et 69 de mymyzoulie qui, dans leur contenu n'ont rien à voir avec le mouvement et semblent davantage proposer du contenu ressemblant à de l'ASMR<sup>93</sup> (voir figure 50) tout en profitant de la visibilité du mouvement et en y faisant référence dans les descriptions des vidéos « *Elle ne marche pas 🤪🤪 qui fait le #lundi14septembre ? #zoommyface #pourtoi* » et « *Je sais que vous aimez bien ce genre de vidéo 😊 comment c'est passé votre #lundi14septembre ? Je lis vos com #pourtoi #foryoupage* ». Ayant participé elle-même à la mobilisation (vidéo 85) en exposant sa tenue et en encourageant les lycéennes à participer, elle a vu l'engouement



Figure 50 - Capture d'écran vidéo 85

pour le mouvement sur TikTok et à donc réutiliser le hashtag pour continuer à bénéficier de visibilité grâce à un bon référencement par l'algorithme TikTok tout en gardant une trame narrative. Elle demande si les personnes participent au mouvement, puis incite les internautes à y participer (voir figure 49) tout en utilisant la fonction Duo « *#lundi14septembre j'attend vos retours de cette journée, et surtout faites un duo je veux voir vos tenues ❤️❤️❤️#pourtoi #foryoupage* », ce qui lui permettra de gagner encore plus de visibilité. Enfin, elle demande les retours d'expérience sur le mouvement. Cette recherche est appuyée par l'usage d'au moins un hashtag de visibilité dans chacune de ses vidéos.

Les vidéos 49 et 97 reprennent le contenu de deux tiktokeuses américaines connues, Charli d'Amelio et Addison Rae, ne laissant pas de traces directes des émetteurs réels dans les vidéos. Quelques informations dans les descriptions de leurs comptes laissent penser qu'il s'agit de garçon « *Compte humour 🤪 matias.ma/nsfw/* » (vidéo 49) et « *j'ai changé de nom*

---

<sup>93</sup> L'Autonomous Sensory Meridian Response consiste à produire des sensations dans le corps en réponse à un stimulus tactile, auditif, cognitif, visuel ou olfactif.



Figure 51 - Capture d'écran vidéo 2

*d'utilisateur c est xilyvasco !! im a boy ! muti-fps* » (vidéo 97). Ayant déjà traité de ces deux vidéos précédemment<sup>94</sup>, nous ne reviendrons pas dessus.

Enfin, il y a la vidéo 2, celle d'hazerkasurtiktok. Le jeune homme, qui a 27 ans en 2020, n'apparaît pas sur sa vidéo, il s'agit d'une vidéo (voir figure 51) qu'on lui a envoyée et sur laquelle une jeune fille témoigne d'une agression qu'elle a subie lors du mouvement du #lundi14septembre « *Davina 18 ans s'est fait taillader le visage lors du mouvement #Lundi14septembre ! Témoignage touchant... 😔* ». Néanmoins, outre la description, rien

dans la vidéo ne vient attester du fait que cette agression

s'est bien déroulée en marge de la mobilisation. Hazerka était, à l'époque, un chanteur originaire de Picardie, publiquement engagé contre le harcèlement scolaire. Il faisait des conférences dans les écoles, de la sensibilisation dans les médias et a même écrit un livre sur le sujet, livre dont il fait la promotion dans la description de son compte. La sortie du livre est prévue pour le 23 septembre 2020, à peine dix jours après le mouvement. En 2024, il est devenu méga-influenceur avec plus d'un million d'abonnés sur TikTok, notamment grâce à sa conjointe qui a une communauté de plus de cinq millions d'abonnés sur la plateforme. Ils mettent en scène leur vie de famille recomposée, avec leurs deux filles, sur TikTok, Instagram ou encore Youtube. Là où à l'époque de l'étude ce compte apparaissait comme celui ayant la dimension la plus militante, avec un engagement contre le harcèlement scolaire marqué, il est devenu le compte le plus symptomatique de TikTok comme scène publique numérique avec une recherche de visibilité forte et une mise en scène de soi marquée, laissant de nombreuses traces, qu'on peut imaginer davantage contrôlées, de son identité numérique. Ces différents éléments constituent une partie de l'identité agissante, une des trois types d'identités composant une identité numérique théorisées par Fanny Georges (2010). L'identité agissante répertorie les messages, les activités d'un utilisateur. Le fonctionnement de TikTok repose en essentialité sur ce type d'identité<sup>95</sup> : les signaux sur l'identité numérique de l'individu sont visibles à travers les actions de la personne qui vont l'engager directement.

---

<sup>94</sup> Voir 1.3 Présentation du cas d'étude, TikTok (p 33).

<sup>95</sup> Voir 1.2 Les nuances des nouveaux espaces publics, du numérique au semi-public (p 21).



Bien qu'il s'agisse de l'élément principal, les deux autres types d'identités composant l'identité numérique sont également présents au sein des comptes. Il y a également l'identité calculée. Celle-ci représente les calculs du système (le nombre d'abonnés, le nombre de *likes*, de commentaires, *etc.*). Reste donc l'identité déclarative regroupant les données délivrées délibérément par l'individu. Au sein des vidéos, les informations quant aux traits identitaires incorporés à la personne et qui sont ressemblants sont très rares, nous en retrouvons dans les vidéos 21 (les prénoms des jeunes filles) et 38 (le lieu d'habitation). Les descriptions des comptes donnent davantage de renseignements. Comme nous l'avons évoqué au cours du chapitre précédent, il est possible de retrouver des informations concernant l'identité de genre (5 %), l'orientation sexuelle (3 %) ou encore le signe astrologique de la personne (3 %) mais ce n'est pas tout : 16 % exposent leur âge et 14 % font référence soit à leurs origines soit à leur lieu d'habitation actuel.

Bien qu'il ne s'agisse pas d'une majorité dans notre étude, des individus mettent en scène leur vie privée. Imélancolie (entretien 5) pense avoir acquis sa communauté (58 400 abonnés à l'époque de la récolte des données) grâce au fait d'exposer son orientation sexuelle « *à l'époque, j'étais lesbienne et je savais le faire voir dans mes TikTok et ça s'est ressenti dans mes abonnés 'une lesbienne qui se montre et qui parle d'elle avec fierté sur les réseaux' bah ça plait. Puis quand je me suis mis en couple avec mon copain, j'ai eu une baisse dans mes abonnés... c'est comme ça sur TikTok la communauté LGBT fonctionne très bien et perce beaucoup. Malgré que je fasse toujours partie de cette communauté ahah* ».

L'individu peut également s'exposer à travers ses goûts (musicaux, cinématographiques, *etc.*). Cette façon indirecte de se présenter va permettre à l'internaute de s'attribuer une attitude ou une valeur en s'affiliant à une communauté. Par exemple, whoisanaiscrmb écrit dans sa description « *hi :) tpwk* » faisant référence à la chanson d'Harry Styles (chanteur britannique) *Treat People With Kindness* ou tw\_vampirediaries qui expose ses séries préférées dans sa description « *Teen wolf 🐺 / vampires diaries ✨edit ✨Essaye de like vos vidéo* ». Nous nuancerons cependant le propos au sein des vidéos. 4 % reprennent un audio faisant référence à la pop culture (deux mobilisent un audio issu du dessin animé les *Totally Spies !*, un audio reprend un thème musical de l'anime *Death Note* et un autre reprend un même issu de la télé-réalité française) mais rien ne peut prouver que la référence soit faite sciemment. En effet, TikTok dispose de son propre catalogue de titres musicaux : il peut s'agir de musiques mais également de montages créés directement par les internautes.



Il est nécessaire de nuancer en précisant que ces stratégies identitaires peuvent être implicites ou explicites. Bien que les campagnes de sensibilisation et la connaissance sur les problématiques des RSN soient croissantes, nous sommes face à un public relativement jeune, pas forcément totalement éduqué là-dessus. Il se présente à la fois par lui-même et à travers ses pairs, auxquels il montre son appartenance. Ces démarches sont symptomatiques de l'individuation de la société que nous évoquions précédemment : l'individu prétend advenir par et pour lui-même, « *en dehors de toute influence d'autorité morale, disciplinaire ou idéologique* » (Mondoux, 2011 : 52).

Ces différentes stratégies permettent de faire émerger l'*ethos*, c'est-à-dire les marqueurs de l'inscription de soi dans le discours et l'apparition d'un « je », que ce soit de façon implicite ou non (Bigey, 2018). Il est utopique de penser qu'une fois ces marqueurs discernés, l'identité numérique de l'individu est révélée. Des sociologues, comme Edgar Morin (1987), ont travaillé sur la multiplicité de l'identité, réfutant le mythe d'une identité singulière et parlant d'une identité multiple, loin de l'illusion d'une identité une et indivisible. Goffman (1973) parlait lui-aussi de l'identité sociale comme d'une identité multiple. Ainsi, Fanny Georges présente l'identité comme « *un flux qui peut se figer dans la forme attendue par la fonction sociale* » (Georges, 2010 : 38). Cette pensée s'affirme d'autant plus dans le cas de l'identité numérique, face à la multiplicité des plateformes et leurs spécificités, où l'internaute est amené à diversifier et renouveler des situations communicationnelles (Mondoux, 2011). Le sujet vit sous plusieurs identités et plusieurs représentations de lui. Les traces étudiées des internautes sont uniquement représentatives de l'identité des sujets sur TikTok à un moment donné. Nous sommes face à ce que Samy Ben Amor et Lucia Granget (2011) appellent la performance de soi. Selon eux, il s'agit du reflet des actes intentionnels mais aussi non intentionnels des individus à travers les messages diffusés et le sens dégage. La lycéenne, en postant sa vidéo dans le cadre du #lundi14septembre performe, sans réellement en avoir conscience, son identité. Elle se met en scène, se donne à voir à internet. Lilixass (entretien 3) explique ne pas se rendre compte de son audience « *Sur TikTok je crois qu'on est 150 000, un peu plus. Honnêtement je ne réalise pas, je n'arrive pas trop à réaliser qu'il y a autant de personnes qui me suivent genre 150 000 en réalité, c'est tellement énorme que pour moi ça paraît irréel* ». Ainsi, « *l'identité numérique n'est pas un à être, mais un bien une production achevée* ». (Mondoux, 2011 : 52). L'identité numérique doit être construite par les individus eux-mêmes grâce à un processus long et qu'il faut sans cesse cultiver.

S'exposer sur internet demande du temps et requiert de laisser des traces de soi, potentiellement visibles au plus grand nombre, pouvant faire perdre l'anonymat. Lorsqu'il s'agit de personnalités publiques ou de collectifs engagés, la recherche de visibilité semble aller de soi afin d'accéder à la publicisation. Mais pourquoi des adolescents mènent-ils cette quête ? Il existe deux finalités principales (Georges, 2010). Tout d'abord, user d'un RSN sur lequel on investit une identité permet de ne plus être seul. Howard Rheingold (1993) voit l'arrivée du virtuel comme une réponse à la disparition progressive des lieux de rencontre publics. Son propos s'affirme face à la crise mondiale de la Covid-19, durant laquelle les individus ont pu continuer de communiquer avec l'extérieur. Les téléchargements croissants de TikTok pendant cette période le prouvent. Une fois l'application installée et testée lors de longues semaines, une forme d'addiction peut se créer et perdurer même lorsque les lieux publics étaient de nouveaux ouverts. Pour comprendre rapidement ce processus, il faut se pencher du côté de la captologie, l'étude des technologies persuasives au travers l'informatique et autres technologies numériques afin de savoir comment les utiliser comme des outils d'influence et/ou de persuasion. Ce domaine de recherche explore les liens entre les techniques de persuasion en général, au sens anglo-saxon, à savoir influence, motivation, changement comportemental, *etc.* et l'informatique avec notamment les technologies numériques. Cela inclut la conception (le design), la recherche et l'analyse fonctionnelle d'outils numériques (par exemple des logiciels sur ordinateurs, des applications mobiles, des pages web et les dispositifs spécialisés) créés dans le but de changer les attitudes et comportements des

individus. Ainsi, des mécanismes du cerveau sont activés pour pousser l'utilisateur à consommer le produit. Pionnier de la discipline, Brian Jeffrey Fogg a proposé le *Fogg Behavior Model* (voir figure 52) qui modélise

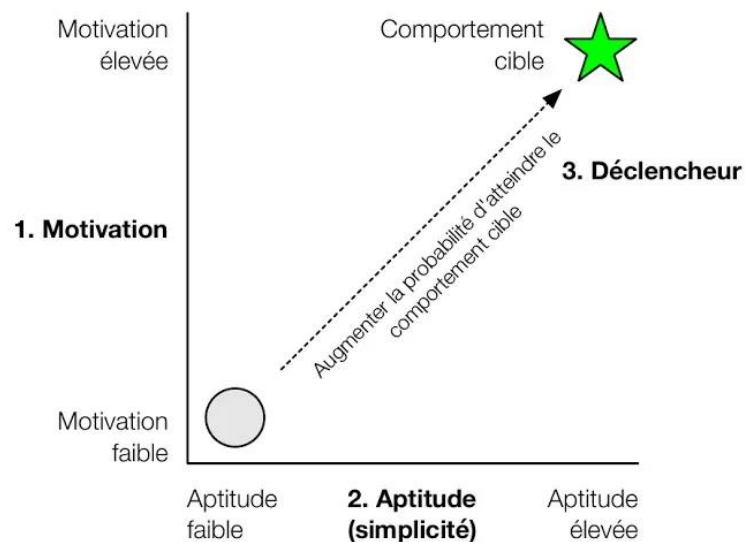


Figure 52 - Fogg Behavior Model (2009)

les raisons d'un comportement. Pour qu'un comportement se produise, dans notre cas, utiliser TikTok, une personne doit être motivée et l'action doit être simple. Cela représente la motivation (1) et l'aptitude (2). Si ces deux conditions sont réunies, alors le déclencheur (3) se produira. Fogg définit six freins pouvant empêcher la réalisation : le temps, l'argent, l'effort mental, l'effort physique, la déviance sociale et le caractère inhabituel. TikTok est un RSN gratuit, qui n'a rien d'inhabituel, il reprend des codes déjà existant. Son usage ne demande ni un effort mental ni un effort physique. Durant les confinements, les individus avaient du temps à passer et il y avait un véritable effet de mode, des tendances à suivre. La motivation était ce besoin de ne plus être seul et de se divertir, donnant à l'individu une dose de dopamine immédiate, dans un monde où l'attention est réduite. Le déclencheur avait alors toutes les chances de se produire. La proposition d'un fil d'actualité ultra-personnalisé, du divertissement sur-mesure et un contexte favorable auront permis à TikTok de rivaliser avec les autres RSN. Ces nouvelles formes de sociabilité donnent à l'individu la possibilité d'interagir avec de nouvelles personnes et d'être présent à distance avec des personnes éloignées géographiquement. En recevant des signaux des autres, directement depuis sa poche, l'individu aura l'impression d'être reconnu et de pouvoir s'inscrire dans un groupe<sup>96</sup>.

La seconde finalité poursuivie est la construction de sa forteresse intérieure. Les individus sont face à un vaste champ d'expérimentation au sein duquel ils peuvent créer du collectif, s'émanciper, se créer des espaces sociaux communs, des nouveaux espaces de communication tout en se découvrant.

Pour ces raisons, les sujets acceptent de laisser des traces d'eux qui leur donneront une identité numérique. Celle-ci, parce qu'elle est performative, peut soit émerger de lui de façon inconsciente soit se construire (ou alors un peu des deux). Avoir la capacité de bâtir son identité requiert donc des compétences stratégiques, communicationnelles, managériales, marketing et techniques, insérant ainsi le sujet dans une démarche de marketing de soi.

---

<sup>96</sup> Voir Chapitre 7 La reconnaissance comme espace entre pairs (p 189).

### 5.3 Acquérir une expertise de plateforme, les codes sociaux et techniques sur TikTok

Plusieurs fois au cours de cette thèse, nous avons traité des différents éléments de reconfiguration sociétale, à travers la numérisation de la société que ce soit l'hédonisme poursuivi par les individus, la surcharge informationnelle (entraînant souvent aussi un désordre informationnel) ou encore une attention réduite, le tout aux prises avec des logiques d'individuation. Délaissant le collectif, l'individu œuvre par et pour lui-même, tout en gardant des fondations empruntées ici et là à différents groupes. Il mobilise sa capacité d'agir. Celle-ci va prendre des atours plus normés en fonction de son lieu d'expression. Comme le chapitre 1 l'a exposé, TikTok présente une facilité d'accès, de parole et d'audibilité qui ne sont pas garanties. En tant que scène publique, le RSN invite ses usagers à s'inscrire dans une quête de visibilité. Mais celle-ci est normée par la plateforme, contraignant les internautes à suivre des codes communicationnels précis s'ils désirent accéder à cette visibilité tant désirée. Ainsi, ils se mettent en scène dans ces nouveaux théâtres qui prennent la forme d'écran. Tout comme le comédien doit maîtriser la compétence de comédie, l'utilisateur d'un RSN doit maîtriser des compétences pour prétendre s'exposer et devenir visible. Maîtriser ces codes requiert une nouvelle forme d'expertise, détournée, mais nécessaire pour mobiliser l'outil.

Tentons dans un premier temps de comprendre la notion d'expertise dans notre société actuelle. Avec l'arrivée d'internet et des RSN, une forme de démocratisation du transfert des savoirs se développe à travers des experts autoproclamés. L'expertise, en ce sens, s'apparente à la compétence professionnelle, l'expert détient un savoir grâce à la pratique de son métier, en devient un spécialiste reconnu en tant que tel (Delmas, 2011). Ces experts vulgarisent des savoirs sur les RSN et leur légitimité tient dans leur capital symbolique acquis grâce à leur métier qui sera mis en scène dans le contenu présenté.

Cependant, cette expertise peut être remise en question par les internautes qui peuvent se questionner, de façon plus ou moins virulente, quant à la légitimité de la personne. Outre cette démocratisation, nous assistons également au gommage des frontières entre les savoirs experts et les savoirs profanes sur les RSN : le métier n'est ainsi plus le seul critère de validation de l'expertise. Les savoirs expérientiels se développent grâce à l'autodidaxie (Gardien, 2017) et des personnes profanes se légitiment au travers de compétences acquises

au gré d'une passion (Quemener, 2015) ou d'une pratique régulière. Le savoir expérientiel se définit comme « *une vérité apprise par l'expérience personnelle d'un phénomène plutôt qu'une vérité acquise par raisonnement discursif, observation ou réflexions sur des informations fournies par d'autres* » (Gardien, 2017 : 31). Ces acquisitions de savoirs et de savoir-faire apparaissent comme une révolution de l'expertise : ceux que l'on appelle les « pro-am<sup>97</sup> » rivalisent avec les experts (Flichy, 2010). Cet accroissement de compétence des publics profanes est accentué par des outils de créations *in-app*. Comme nous l'avons vu, TikTok se démarque des autres RSN en offrant à ses utilisateurs et utilisatrices une multitude de fonctionnalités additionnelles. L'application propose régulièrement de nouveaux outils, forçant ainsi les internautes à acquérir régulièrement des nouveaux savoir-faire techniques pour demeurer *trending* et parvenir à se faire remarquer au sein de la surabondance de contenu déversé chaque jour. L'expertise de maîtrise d'un RSN demeure ainsi en perpétuelle évolution. Les nouveaux savoirs liés aux RSN ne sont pas acquis *ad vitam aeternam* et il est nécessaire de se former continuellement.

Le terme d'expert subit donc un changement incluant dorénavant la nécessité d'une remise en question (même d'une remise à niveau) pour la personne ainsi définie. Alors que l'acquisition des savoirs évolue, la remise en cause de savoirs traditionnels prend également de plus en plus de place. Dans un contexte global de défiance et de remise en cause, les soupçons surviennent de toutes parts quant aux limites des savoirs experts et de la manipulation dont ils pourraient faire l'objet (Flichy, 2010). Cette méfiance sociétale est visible en France ; elle avait atteint son paroxysme en 2018 avec le mouvement des Gilets Jaunes et s'est perpétuée avec les mobilisations en opposition au vaccin contre la Covid-19 (et également du Pass Sanitaire) ainsi qu'avec la mobilisation contre la réforme des retraites. L'anti-élitisme en France est une rhétorique récurrente, Eric Thiers (2017) parle même d'une « passion française », d'un discours tenu à la fois par des organisations militantes, des citoyens mais aussi par les politiques eux-mêmes qu'il s'agisse de François Hollande disant ne pas aimer les riches ou de Nicolas Sarkozy qui prétend défendre la « majorité silencieuse », la « France de la vie réelle » face au « petit Paris mondain ». Imprégnée de ce contexte ambiant, la remise en cause des savoirs, quels qu'ils soient, se développe également sur les RSN, terrain fertile à la parole citoyenne et aux mobilisations, comme par exemple en mai 2020, à la suite de la mort de Georges Floyd avec l'utilisation massive du hashtag

---

<sup>97</sup> Professionnel amateur.

#BlackLivesMatter sur TikTok donnant à voir « *des vidéos tournant en boucle de manifestations, danses collectives, performances de rues* » (Allard, 2021 : 70). Ici, c'est l'expertise voire la morale des pratiques policières qui est remise en cause dans une mobilisation citoyenne sur internet et dans l'espace public. Les formes d'expertises traditionnelles sont donc remises en cause avec internet et les réseaux sociaux qui semblent, à la fois, légitimer des nouvelles formes d'expertises, et, autoriser l'émergence de nouvelles expertises.

Nous avons vu précédemment que les *trends* donnent de la visibilité sur TikTok. Celle-ci étant recherchée, les utilisateurs vont se conformer et participer à ces *trends* pour garder un bon référencement dans l'algorithme. L'émergence de nouveaux métiers liés à l'influence en ligne<sup>98</sup> crée des nouveaux savoir-faire et des nouveaux savoir-être à maîtriser. Outre la connaissance de son audience, donnant à l'individu une expertise au niveau des attentes de sa communauté, des codes techniques sont à maîtriser. Nous sommes donc bien face à une forme de savoirs expérientiels qui sont acquis par l'expérience personnelle, par l'habitude.

Commençons d'abord avec l'analyse filmique. Sur internet sont visibles des vidéos avec une certaine maîtrise du montage, comme cela peut être le cas sur des vidéos Youtube, même si l'illusion de la facilité est poursuivie. Alors qu'au début il s'agissait réellement de jeunes gens se filmant dans leur chambre, la professionnalisation de la pratique permet d'avoir une équipe entière derrière un youtubeur, même de reproduire une chambre en studio. Sur TikTok, la barrière à l'entrée est encore plus faible et l'impression de vidéos tournées « sur le vif » laisse croire que tout un chacun puisse poster une vidéo et bénéficier de visibilité. Le sens vertical de l'écran, adapté aux *smartphones*, perpétuent ce sentiment. TikTok, avec son grand nombre de fonctionnalités, rend accessible à ses utilisateurs des possibilités de montage sur le contenu, sans avoir besoin d'autre chose que de leur téléphone.

Au sein de notre corpus, aucune réelle expertise ne ressort. Pour la prise de vue, 80,2 % des vidéos sont en prise de vue frontale, 12,9 % sont en contre-plongée et 6,3 % sont en plongée. Sauf une ou deux exceptions, les plongées et contre-plongées sont le résultat d'un téléphone

---

<sup>98</sup> Voir 2.3 La démocratisation des pratiques liées à l'influence, la fin d'une situation de parole idéale (p 55).



Figure 53 - Capture d'écran vidéo 42

posé pour se filmer, traduisant l'absence de moyens techniques de filmage comme un trépied par exemple. La vidéo 42 fait office d'exception car elle n'est pas en lien avec le mouvement (voir figure 53) ; elle a été récoltée dans notre corpus car elle a mobilisé le #lundi14septembre dans sa description, ce qui nous montre la popularité et la visibilité liée à ce hashtag « 😞#citation #LeBrownieMouv #teenwolf #sad #scott #melissa #mccall #stiles #dere #lydia #lundi14septembre #fyp #xyzbca

#theo #liam #edit ». Il s'agit d'un compte reprenant des citations de séries télévisées et créant des montages avec les extraits filmiques de cette même série. De ce fait, les plans dans cette vidéo ont été réalisés par des professionnels.

L'image a vocation à être fixe dans 93 % des cas, même lorsque le téléphone est tenu à la main. Seules les vidéos 3, 5, 33, 46, 48, 59 et 83 exposent une volonté explicite de bouger la caméra afin de créer un effet filmique.

Concernant la focalisation auditive des vidéos, il s'agit dans 57% des cas d'une auricularisation zéro car le son émis n'est ni ancré ni relayé par une instance visible à l'écran (Jost, 1987), il s'agit de musique extra-diégétique existant dans un autre espace-temps que celui représenté dans la vidéo. Les musiques sont choisies en raison de leur popularité du moment sur TikTok, sans rapport direct avec le propos de la mobilisation, allant même parfois à contre-sens des revendications. Le #lundi14septembre revendique le droit pour les lycéennes de s'habiller comme elles le souhaitent, sans que l'on sexualise leur corps, pourtant nous retrouvons des chansons sexuellement explicites :

- *Anaconda* de Nicki Minaj (2014) dans laquelle l'anaconda fait référence à l'attribut sexuel masculin et aux fessiers féminins volumineux (vidéos 1, 11, 13, 21, 23, 29, 78, 93)

« *He want something he can grab*

*So I pulled up in the Jag, and I hit him with the jab like*

*Dun-d-d-dun-dun-d-d-dun-dun...*

*My anaconda don't, my anaconda don't*

*My anaconda don't want none unless you got buns, hun<sup>99</sup> »*

- *Such a whore* de JVL A (2020) dont le titre est explicite en soi (vidéo 53)

*« I told you she's a whore*

*I love it<sup>100</sup> »*

- *Get busy* de Sean Paul (2002) dont les paroles encouragent les femmes à danser en bougeant leurs hanches (video 97)

*« turn me on*

*'Til a early morn', let's get it on*

*Let's get it on 'til a early morn'*

*Girl, it's all good, just turn me on*

*Yo, shake that ting, Miss Cana, Cana*

*Shake that ting, yo, Annabella<sup>101</sup> »*

- *Wap<sup>102</sup>* de Cardi B et Megan Thee Stallion (2020) traitant du plaisir féminin (vidéo 52 et 59)

*« Now from the top, make it drop, that's some wet ...*

*Now get a bucket and a mop, that's some wet ...*

*I'm talking WAP, WAP, WAP, that's some wet ...*

---

<sup>99</sup> « Il veut quelque chose qu'il peut attraper

Alors je me suis garé dans la Jag, et je l'ai frappé avec un coup de poing  
Dun-d-d-dun-dun-d-dun-dun-dun...

Mon anaconda n'en veut pas, mon anaconda n'en veut pas

Mon anaconda n'en veut pas à moins que tu n'aies des petits pains, hun »

<sup>100</sup> « Je t'avais dit que c'était une pute. J'adore ça »

<sup>101</sup> « Allume-moi simplement

Jusqu'à l'aube, continuons cela

Continuons cela, jusqu'à l'aube

Ma chérie, tout va bien, allume-moi

Yo ! Bouge tes fesses, Miss Cana Cana

Bouge tes fesses, yo, Annabella »

<sup>102</sup> WAP : Wet As Pussy (Mouillée comme une chatte)



*Macaroni in a pot, that's some wet ...<sup>103</sup> »*

*« I don't cook, I don't clean  
But let me tell you how I got this ring (ayy, ayy)  
Gobble me, swallow me, drip down the side of me (yeah)  
Quick, jump out 'fore you let it get inside of me (yeah)  
I tell him where to put it, never tell him where I'm 'bout to be  
I run down on him 'fore I have a nigga running me  
Talk yo' shit, bite your lip  
Ask for a car while you ride that dick<sup>104</sup> »*

- *No Guidance* de Ayzga Nyree – reprise de Chris Brown feat. Drake (2019) évoquant la volonté de rapports sexuels sans attaches (vidéo 25)

*« And he don't want nobody else hittin' it like that  
Before I die, I'm tryna fuck you, baby  
Hopefully we don't have no babies  
I don't even wanna go back home  
Hopefully you don't leave you on your own<sup>105</sup> »*

---

<sup>103</sup> « *Maintenant, par le haut, faites-le tomber, c'est un peu mouillé ...  
Maintenant, prenez un seau et une serpillière, c'est de l'eau ...  
Je parle de WAP, WAP, WAP, c'est un peu mouillé ...  
Des macaronis dans une casserole, c'est un peu mouillé ...* »

<sup>104</sup> « *Je ne cuisine pas, je ne fais pas le ménage,  
Mais laisse-moi te dire comment j'ai eu cette bague (ayy, ayy)  
Gargarise-moi, avale-moi, fais-moi goûter (ouais)  
Vite, je m'en vais avant que tu ne la mettes en moi (ouais)  
Je lui dis où la mettre, je ne lui dis jamais où je vais être  
Je le fatiguerai avant d'être fatiguée  
Raconte tes histoires, mords-toi la langue  
Demande une voiture pendant que tu montes cette bite* »

<sup>105</sup> « *Et il ne veut pas que quelqu'un d'autre le frappe comme ça  
Avant de mourir j'essaie de te baiser, bébé  
J'espère qu'on n'aura pas de bébé  
Je n'ai même pas envie de rentrer à la maison  
J'espère que tu ne te laisses pas faire par toi-même* »

L'utilisation de ces musiques qui font référence à l'exposition de l'intimité des femmes sont donc utilisées plusieurs fois. Il s'agit ici d'un exemple de contexte d'hypersexualisation sociale (Duquet, 2013). Il y a une synchronisation labiale des paroles de ces chansons : les lycéennes protestent tout en affichant un propos les sexualisant<sup>106</sup>.

Le manque d'expertise filmique se ressent également à travers des « erreurs » de montages au sein de certaines vidéos. Il y a un mauvais raccord entre l'image et le texte dans une vidéo et une tentative de montage qui n'en est pas une dans une autre vidéo. Ces vidéos restent cependant minoritaires et il s'agit de comptes suivis par, respectivement, 1 476 personnes et 4 620 personnes, avec donc peu d'enjeu outre l'usage de TikTok pour le loisir. Plus les comptes possèdent une communauté importante, plus les effets et les transitions sont soignés, ce qui peut s'expliquer par la professionnalisation de l'individu dans le monde de l'influence. Pour les autres, l'objectif poursuivi n'est pas la technicité filmique mais la volonté de recréer une esthétique faisant office de standard d'usage sur TikTok<sup>107</sup>. Au sein des entretiens réalisés, nous avons distingué deux façons de faire.

Tout d'abord, les personnes que nous nommerons les « extraverties ». Ce sont ceux qui s'exposent beaucoup et publient presque quotidiennement (voir plusieurs fois par jour) donnant à voir des comptes TikTok remplis de centaines de vidéos. Ces personnes ont cette expertise de plateforme, leur permettant de se positionner sur des niveaux de micro et macro-influence. Une forme de confiance en elles se distingue à travers leurs vidéos (et à travers les entretiens menés). Leurs tenues sont plus sexy, elles sont davantage maquillées et jouent avec la caméra : romane.rz tire la langue, mariarebeccasirianni joue sur ses expressions faciales et Imélancolie lance des regards par-dessus ses lunettes de soleil. Elles cherchent à augmenter leurs capitaux sociaux, en incitant à se rendre sur leurs comptes Instagram, et économiques, en renvoyant à leur profil Vinted.

Puis, il y a celles que nous nommons « la masse TikTok », des personnes s'exposant de façon plus traditionnelles, reprenant les codes du mouvement et ayant davantage une volonté de propager l'information. Sur leurs comptes, peu de vidéos sont postées. Par exemple, elsa-tlsp a posté sa première vidéo sur le RSN 20 janvier 2020 et entre cette date-là et juillet 2022

---

<sup>106</sup> Nous reviendrons plus en détail sur l'analyse de cela dans le chapitre suivant

<sup>107</sup> Voir 6.1 Produire du contenu standardisé pour TikTok (p 161).

elle n'a publié que trente-sept vidéos. Leur expertise tient plus de l'imitation et de l'habitude que d'une réelle volonté de se former.

Ainsi, des nouvelles formes d'expertises liées à l'usage du RSN apparaissent. Des savoirs expérientiels concernant les codes sociaux à avoir sur la plateforme sont acquis par ses utilisateurs dans l'objectif de devenir tendance et d'avoir de la visibilité lors de l'exposition de soi. De ce fait, la perception sociale de l'expertise évolue : auparavant, un expert était un individu qui suivait des process, qu'il avait acquis au cours de formations plus ou moins longues, sanctionnées par un diplôme, qui développait une rigueur scientifique. Avec les RSN, les nouveaux métiers liés à l'influence numérique, développent des formes d'expertise d'individus à travers l'acquisition de compétences communicationnelles et sociales (Romeyer, 2024).

L'acquisition de ces compétences est recherchée, provoquant un effet de mimétisme. Les individus cherchent à percevoir les thématiques, les façons de procéder, qui peuvent devenir des *trends*. A une époque où la recherche de notoriété et de visibilité sont fortes, chacun est désormais capable de bénéficier d'une communauté et d'avoir un impact sur le RSN : « *Sur TikTok, tout le monde à sa chance. Chaque créateur peut toucher un maximum d'utilisateurs et gagner en visibilité en jouant sur l'humanisation et l'interprétation. Toute personne peut devenir une référence* » (Ebongue, 2021 : 71). Ce champ des possibles permet à chacun de partager son histoire et donc de potentiellement créer du lien grâce à des expériences de vie communes, ce qui fut le cas dans le cadre du #lundi14septembre. Cette étude a fait ressortir une forte volonté d'exposition de soi parmi les internautes se mobilisant, faisant passer au second plan le propos premier de la revendication. Cela participe au gommage des frontières entre vie privée et vie publique, imitant ainsi les codes des influenceurs et en cherchant également à engager sa communauté : une expertise d'influence est alors visible.

Toutefois, le volume des contenus produits étant de plus en plus important, il devient de plus en plus difficile de se distinguer de la masse. Ce phénomène est bien perçu par TikTok, si tout le monde a une chance de percer sur le réseau, alors les internautes vont affluer massivement. En normant ses contenus grâce à l'imposition de codes pour être *trending*, TikTok les laisse créer son catalogue. Ces personnes acquièrent ainsi les codes, les savoir-faire, les outils de TikTok et donc une expertise en contenu TikTok. Paradoxalement, des formes de mimétismes apparaissent donc, créant un entre soi où la réelle expertise disparaît et où chacun devient expert en imitation de ses pairs. Ainsi, les individus peuvent devenir *trending* sur TikTok, sans avoir besoin de vraie expertise filmique, l'essentiel étant de

correspondre à l'esthétique, l'idée et aux tendances dominantes afin de bénéficier d'une visibilité (éphémère) sur la plateforme. Sur TikTok, deux formes d'expertise sont nécessaires. D'une part, pour publier du contenu, il est nécessaire de maîtriser les outils mis à disposition par l'application : savoir quel audio choisir, savoir utiliser un filtre, savoir ajouter du texte et des effets. D'autre part pour être *trending* et être repris, il est important d'avoir assimilé les codes sociaux partagés par ses pairs : quel propos tenir, quel positionnement adopter, *etc.* Cette expertise n'est cependant valable que dans le monde fictif créé par TikTok. Lilixass (entretien 3), qui a vu sa vidéo repostée sur X (Twitter à l'époque), a expliqué ne pas avoir su gérer car elle ne maîtrisait pas les codes de la plateforme alors qu'elle maîtrise ceux de TikTok « *Déjà moi je ne suis pas dessus et c'est juste que j'arrive pas à gérer parce que Twitter, c'est des malades sur Twitter, ils n'ont aucune race de décence en fait, ils ont pas appris le respect, je sais pas où ils ont été éduqués mais c'est compliqué quand même. Et après j'ai été mise sur Insta via Twitter, encore plus compliqué. Y a tous les gens de ma ville qui me détestent qui m'ont affiché en story, qui ont repartagé ... ça a été compliqué genre. Et tout cela ça a été à cause de Twitter quoi.* »

La recherche de visibilité passe alors par la nécessité de s'exposer, de laisser des traces de soi, de façon consciente et inconsciente, qui constituent l'identité numérique de l'individu. L'apparence émancipatoire de la pratique semble cependant ne pas être aussi présente que ce que les discours utopistes portés par des RSN. Au contraire, à travers une récurrence dans le contenu étudié, il semble maintenant pertinent de se pencher sur la question de la reproduction.

## Chapitre 6

### La reproduction des groupes dominants

Le #lundi14septembre a subi une diffusion rapide sur internet, favorisée par un contexte propice, comme nous l'avons vu précédemment. Il aurait été compliqué de prévoir cette viralité, sachant que le mouvement a échoué à être pérenniser les années suivantes, malgré des tentatives par certaines lycéennes.

Cependant, dans les jours entourant le 14 septembre 2020, TikTok voyait une vague de contenus attachés au mouvement affluer sur sa plateforme. Plusieurs individus au sein des commentaires exprimaient que ce type de contenu était récurrent dans leur fil d'actualité, comme par exemple \_yona\_0 « *Ro putain y'a que ça dans mais pour toi* », traduisant bien la dimension virale du mouvement, devenu une tendance sur TikTok.

Nous verrons au sein de ce chapitre que le #lundi14septembre remplit les critères pour être qualifié de *trend* en proposant un contenu standardisé et repérable au sein de l'océan de contenu proposé sur TikTok. De plus, porté par des lycéennes en pleine socialisation adolescente, nous démontrerons que le #lundi14septembre, en s'inscrivant dans le processus de transition entre la petite fille et la femme, donne à voir des corps standardisés perpétuant ainsi les groupes dominants.

#### 6.1 Produire du contenu standardisé pour TikTok

L'élément déclencheur du #lundi14septembre est l'expérimentation d'un problème (l'accès à l'enseignement des jeunes filles en fonction de leur tenue), qualifié de public (concernant possiblement toutes les lycéennes et s'étendant également aux personnes d'origine étrangère). L'expérimentation d'une forme d'injustice a provoqué de la frustration relative les incitant à se révolter. Néanmoins, au fur et à mesure de notre étude, la dimension émancipatoire s'effrite, laissant apparaître une motivation de mobilisation orientée vers soi, faisant passer l'individualisme avant le collectif pour se construire un soi numérique. De cela découle l'effet inverse à ce qui est poursuivi : la quête de liberté se transforme en un nouveau cadre dont il faut suivre les règles.

La viralité de l’hashtag a encouragé des utilisateurs à le mobiliser sans pour autant produire du contenu en lien avec la revendication. En effet, un hashtag fonctionne comme un drapeau sous lequel les individus vont se regrouper et il est ainsi référencé par les algorithmes pour leur base de contenu. Poster sur TikTok permet d’alimenter le catalogue de contenu de la plateforme, l’aidant à devenir cet objet de divertissement sans fin. De ce fait, le RSN incite directement ses utilisateurs à produire du contenu similaire, facile et rapide à réaliser, en leur proposant de réutiliser directement une fonctionnalité utilisée par un tiers (un son ou un filtre par exemple). Le contenu proposé par la plateforme sera donc standardisé et les individus devront s’y plier s’ils souhaitent être visibles.

Au sein de notre corpus, différentes formes de mimétisme apparaissent, tout d’abord au niveau du choix des audios (voir figure 54).

Témoignage	15 fois
Ritt Momney - <i>Put Your Records On</i> (2020)	12 fois
Nicki Minaj - <i>Anaconda</i> (2014)	8 fois
13’Organisée - <i>Bande Organisée</i> (2020)	5 fois
The Fray - <i>How To Save A Life</i> (2005)	5 fois
Jul feat. Benjamin Mendy, Mehdi – <i>Mercé</i> (2015)	3 fois
Lomepal - <i>Yeux Disent</i> (2017)	3 fois
son original - Nathanaël <sup>108</sup>	3 fois
Extrait VF - <i>Totally Spies</i>	2 fois
Jay-Z feat. Alicia Keys – <i>Empire state of mind</i> (2009)	2 fois
Stromae – <i>Alors on danse</i> (2010)	2 fois

Figure 54 - Récurrence des audios utilisés

Le mimétisme ne s’arrête cependant pas au choix auditif. Les vidéos présentent des similitudes entre elles et donnent à voir « une jeunesse globalisée qui s’imite »

<sup>108</sup> L’audio est un montage entre une mélodie et une voix à la fin s’exclama « Oh la la la »

(Allard, 2021 : 69). Les audios sont utilisés et coupés de façon similaire : il s'agit à chaque fois du même extrait qui est repris, impactant le contenu de la vidéo. Cela est particulièrement visible pour deux audios s'appuyant sur le propos des paroles. Pour « Bande Organisée », du collectif de rappeurs marseillais 13'Organisé, l'extrait repris est de 10 secondes et reprend les premières paroles de la chanson :

« *Oui, ma gâtée, RS4 gris nardo, bien sûr qu'ils m'ont raté (gros, bien sûr)  
Soleil dans la bulle, sur le Prado, Shifter pro' (Shifter pro')  
Contre-sens (ah), ma chérie, tu es à contre-sens* »

Toutes les vidéos se découpent de la façon suivante : la première partie présente une fille, parfois incarnée par un garçon, se rendant au lycée en faisant le mouvement du #lundi14septembre avec une tenue composée d'une jupe ou d'un *crop top*. La seconde partie expose une représentation de la CPE/la directrice (la fonction est genrée au féminin dans 4 vidéos sur 5) reprenant les dernières paroles « *Contre-sens (ah), ma chérie, tu es à contre-sens* »,

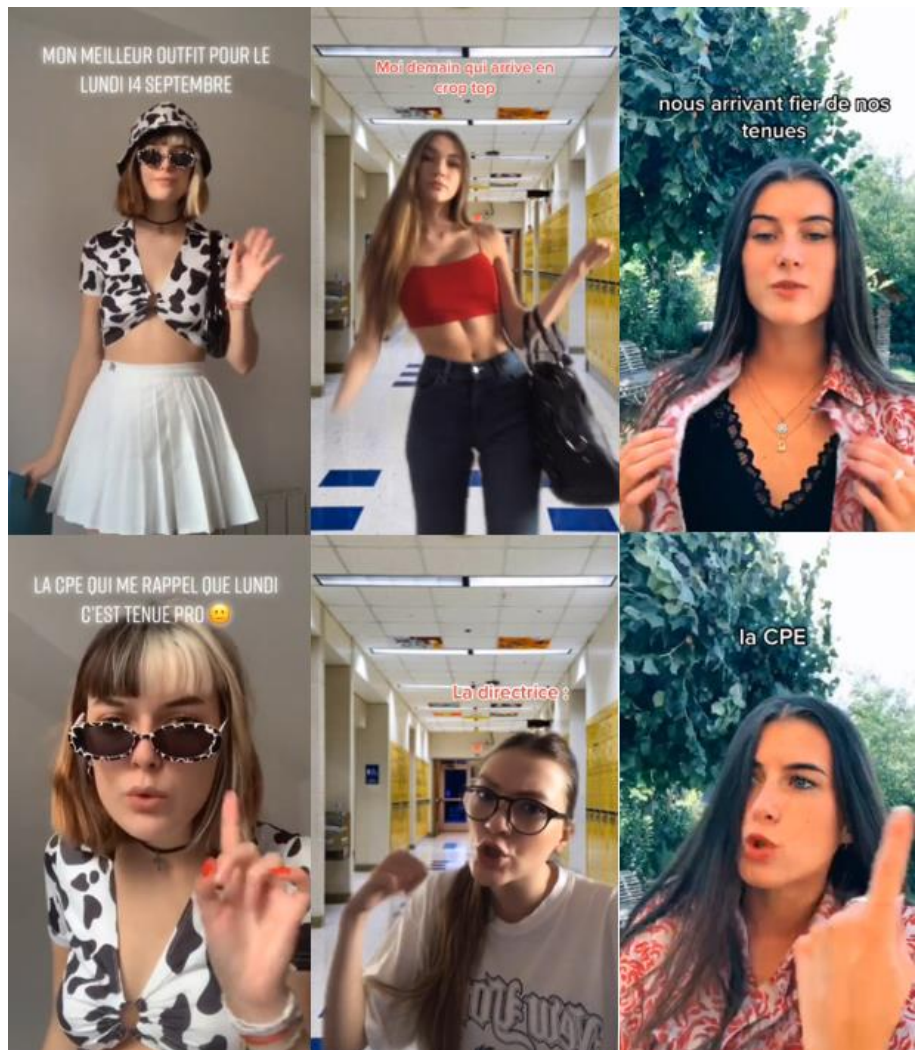


Figure 55 - Captures d'écran vidéos 19, 44 et 62

signifiant que la personne ne doit pas se vêtir ainsi pour rentrer dans l'établissement scolaire (voir figure 55).

La même démarche est visible pour l'audio « Yeux Disent » de Lomepal, un rappeur et chanteur français. L'extrait est de 7 secondes et nous pouvons y entendre « *On sait très bien comment ça va finir* ». A chaque fois, il y a une caméra (le téléphone) en mouvement afin de dévoiler la tenue en partant du bas vers le haut, en finissant par un plan rapproché au niveau de la taille où l'on voit l'adolescente se filmant dans un miroir (voir figure 56).



Figure 56 - Captures d'écran vidéos 5, 48 et 83

Il y a également une synchronisation labiale avec l'audio. Dans ce contexte, les paroles de la chanson ont un sens différent de celui d'origine. Evoquant initialement une histoire d'amour, elles font référence aux conséquences, réelles ou supposées, entraînant le port de la tenue présentée dans un établissement scolaire. S'appuyer sur le sens, premier ou second, des paroles d'une chanson favorise les contenus similaires. Nous avons présenté deux exemples, mais nous retrouvons la même mécanique pour les audios : Stromae – *Alors on danse*, Jul feat. Benjamin Mendy, Mehdi – *Mercé* ou encore l'extrait VF - *Totally Spies*.

Toutefois, ces effets de mimétismes sont visibles aussi pour des audios sans pour autant s'appuyer sur le sens des paroles. Pour les chansons « *Put Your Records On* », une reprise du chanteur américain Ritt Momney et « *How To Save A Life* » du groupe de rock alternatif américain The Fray, les internautes proposent un contenu identique, s'appuyant sur la mélodie. Toutes les vidéos commencent avec un son plutôt léger, la personne porte une tenue confortable, il peut s'agir d'un pyjama ou d'un jogging. Puis, le son devient plus fort et la personne fait une transition (plus ou moins réussie) avec une tenue correspondant à l'action



du #lundi14septembre. Cette montée en puissance peut également signifier la prise de pouvoir des lycéennes sur le règlement de leur établissement scolaire.

Par-delà des mimétismes audios, le contenu des vidéos est également majoritairement : 24 % se mettent en scène au travers une petite scénette, 23 % montrent leur tenue, 8 % présentent un témoignage lié à l'action (réflexions entendues sur la tenue), 8 % reprennent l'effet avant/après (présenté dans le paragraphe précédent), 7 % appellent à la mobilisation avec une danse et 7 % donnent leur avis sur la revendication.

Le mimétisme dans l'imaginaire va nous donner de l'influence (Alloing, 2022) car on reproduit des choses qui fonctionnent. Ces similitudes traduisent la volonté d'être *trending* sur TikTok. En effet, les algorithmes de la plateforme vont favoriser les audios qui sont en tendance sur la plateforme et TikTok va encourager ses utilisateurs à les utiliser en leur proposant directement une liste de lecture regroupant les titres les plus populaires de la plateforme.

Le rendu visuel tend aussi à être identique pour certaines vidéos : le filtre « BlingBling » donnant à l'image un effet brillant comme des paillettes revient dans 18% des vidéos (voir figure 57)

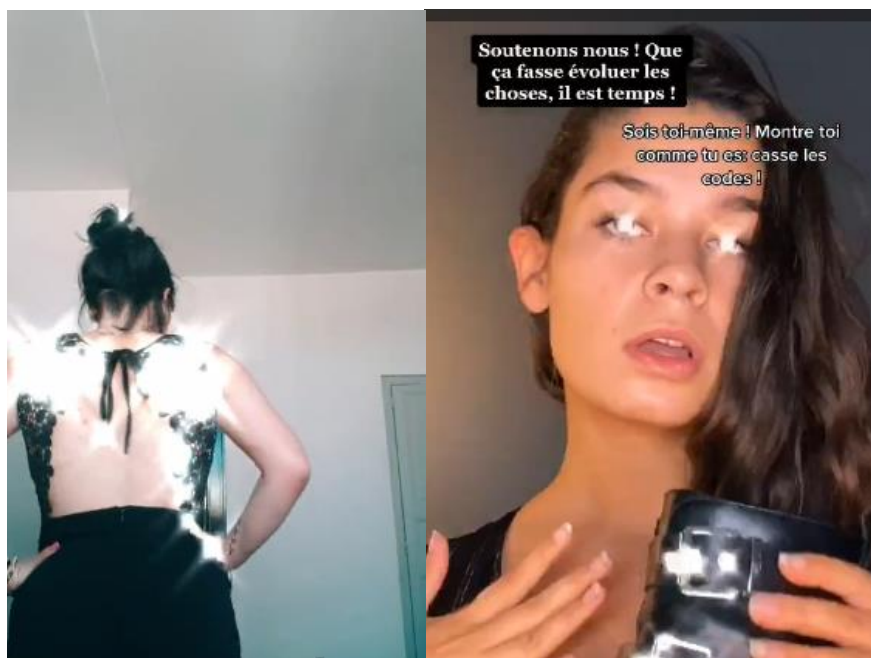


Figure 57 - Captures d'écran vidéos 10 et 11

Cette scénarisation forte du propos tenu le rend ainsi reconnaissable au cœur du fil d'actualité TikTok grâce aux mimétismes des vidéos. Celles-ci s'adressent à la fois à deux types de public : d'une part à la communauté directe du créateur ou de la créatrice de contenu et d'autre part à ceux qui tombent par hasard. Un contenu similaire que ce soit en termes de forme ou de fond permet aux internautes de comprendre la tendance et de la reconnaître. En reconnaissant le mouvement, il est possible de se rendre compte de son ampleur, de sa popularité et donc de vouloir y participer afin de bénéficier de sa visibilité : ainsi peut se créer une *trend*.

Le mimétisme produit par les internautes est parfois sourcé afin de mentionner d'où vient l'inspiration comme dans la description de la vidéo 14 « *VOUS FAITES LE MOUVEMENT LUNDI ?! inspi : @nathhaa\_ #lundi14septembre* » qui reprend la construction de la vidéo 7 (voir figure 58) ou encore la vidéo 48 « *#lundi14septembre (inspiré par @lilixass\_)* » reprenant la vidéo 5.



Figure 58 - Captures d'écran vidéo 7 et 14

Néanmoins, cette démarche demeure minoritaire. Les individus ont tendance à s'approprier des idées de contenu et ils se font parfois reprendre dans les commentaires où on leur demande d'identifier la personne à l'origine de l'idée.

La scénarisation forte évoquée précédemment passe d'une part par l'esthétique de la vidéo (l'image, l'audio, *etc.*) mais également par le *storytelling* que sous-tend la mobilisation. Celle-ci s'ancre dans une idée de dualité, rappelant des notions ancestrales et binaires de bien et de mal : les lycéennes en tant que sujet de leur histoire et les représentants de leurs

établissements scolaires (CPE, professeurs, pions, *etc.*) en opposants, renvoyant ici au schéma actanciel de Greimas, que nous présenterons au cours de la première partie du chapitre 8. Ce positionnement crée alors un entre-soi où TikTok apparaît comme un lieu de refuge et de mise en relation, devenant ainsi vecteur de lien social et favorisant la mobilisation.

La production de contenus normés répond donc d'une part à cette volonté de s'inscrire dans un groupe, dont on partage les codes, et permettant de bénéficier de visibilité. D'autre part, se conformer aux codes TikTok permet d'éviter de voir une de ses vidéos supprimées et d'être *shadow ban*. Evoquant l'idée de mettre un compte à l'ombre, lui refusant ainsi la visibilité tant convoitée, le *shadow banning* réduit l'affichage des contenus jugés de mauvaise qualité. Cela ne concerne pas uniquement les fausses informations et les discours de haine, il peut s'agir aussi de toutes les publications qui se placent à la frontière des interdits définis par les normes de publication, sans les enfreindre directement, et peuvent avoir trait à la publicité masquée, la promotion de la pornographie, l'incitation à la violence, *etc.* (Badouard, 2021). Généralement, la personne ne sait pas qu'elle a été invisibilisée. Même si la pratique semble, en apparence, être une bonne chose pour lutter contre les *fakes news* et autres discours complotistes, elle soulève des inquiétudes légitimes quant à une certaine forme de censure au sein des espaces de débats en ligne. Régulé par les grandes compagnies d'internet, le *shadow banning* participe à une nouvelle logique de gouvernance des paroles publiques, celles-ci devenant lissées et homogénéisées.

Dans le monde, la question de la propagande peut se poser avec des pratiques d'*astroturfing*. Cette pratique permet de donner l'illusion qu'un mouvement vient de la masse alors qu'en fait non, simulant un mouvement d'opinion favorable, comme cela est le cas en Chine, où les paroles dissidentes ne sont pas supprimées des RSN mais noyées dans un flot de paroles artificiel (Badouard, 2021). En occident, c'est davantage la question de la censure qui se pose sur cette pratique. Nous pouvons citer l'exemple, en mars 2021, de quatorze influenceuses féministes qui ont porté plainte contre Facebook pour la censure qu'elles jugent injustifiée et abusive de leur contenu ou encore l'exposition du corps féminin, notamment des tétons, contrairement à ceux des hommes. Un homme torse nu ne sera pas censuré alors qu'une femme torse nue le sera. La question de la transidentité vient alimenter le débat car il existe des cas d'hommes trans torse nu ayant encore leur poitrine de femme qui n'ont pas été censurés, accréditant encore plus l'idée que ce sont les représentations de la femme qui sont censurées et non pas l'élément en lui-même. Au sein de notre corpus, nous

avons le témoignage de margaux\_ltlr (vidéo 59) expliquant avoir eu une de ses vidéos sur le #lundi14septembre supprimée par TikTok « *Ok j'ai les nerfs. Juste avant la vidéo d'avant, j'avais posté une vidéo où je parlais de mes tenues, que j'avais peur etc, ce que j'allais peut-être mettre. Donc j'ai montré mes tenues. Devinez quoi. Vidéo supprimée pour violation de j'sais pas quoi de hum ! Même TikTok il ne joue pas le jeu, là ! Déjà ça me fait chier parce que une vidéo en moins et quand tu te fais ban ... enfin genre bannir, souvent c'est parce que tu as eu beaucoup de vidéos bloquées, donc ça fait une vidéo bloquée en plus pour rien. Vraiment pour rien genre on voyait rien. Pis genre le but là c'est par rapport à la journée où on est censée accepter nos corps, nos tenues* » (vidéo 60).

La recherche de visibilité, le désir de s'inscrire dans un groupe, la volonté d'être *trending*, sont autant d'éléments incitant l'utilisateur à produire un contenu normé, venant grossir le catalogue de TikTok. La menace de l'invisibilisation va venir encourager l'individu à rester dans les codes de la plateforme. L'effet de mimétisme se propagera alors. Baigné dans un flot de contenu aux codes standardisés, l'utilisateur se mettra lui aussi aux normes attendues, les intégrant et participant à la perpétuation de ce processus. Il reproduit le monde selon TikTok, lui crée son contenu, sans réelle contrepartie palpable. Outre des codes d'expertises sociales et techniques propre au RSN, il convient maintenant d'investiguer dans quelle mesure TikTok propose une reproduction des groupes et des idéologies dominantes dans la société.

## 6.2 Des corps standardisés, effet de *backlash* entre hypersexualisation et promotion patriarcale

Le #lundi14septembre propose des dynamiques émancipatoires et d'*empowerment*, liées au processus de réappropriation du stigmaté, rappelant des démarches militantes. Nous avons vu au cours de cette partie que ces dimensions n'étaient pas universelles et que derrière un discours noble se cachaient des logiques de mimétismes et de reproduction. Nous sommes face à de l'imitation entre pairs mais aussi auprès de leurs aînées. Au cours du chapitre 3, nous avons discuté des différents éléments du #lundi14septembre qui lui donnaient un vernis militant et féministe, que ce soit à travers le propos, la réappropriation du stigmaté ou encore la mobilisation des nouveaux répertoires d'action grâce aux outils numériques.

Utiliser son corps comme instrument de protestation est parfois accompagné d'une tactique de dénuement visant à retenir l'attention publique (Mercier, 2016). Cette tactique se retrouve depuis longtemps au cœur des mouvements LGBTQIA+, *queer* et de certaines sous-cultures sexuelles (Mercier, 2016), comme lors des Marches des Fiertés où beaucoup de participants sont dénudés, provoquant des désaccords au sein du mouvement car pouvant donner une image caricaturale de la communauté. De même, le groupe Femen propose des actions seins nus controversées. Créé à Kiev, la capitale Ukrainienne, en 2008, par Anna Hutsol, Oksana Chatchko et Oleksandra Shevchenko, Femen luttait, à ses débuts, contre les dirigeants en Ukraine, contre Vladimir Poutine en Russie et contre l'enfermement et la torture des journalistes en Biélorussie et peinait à attirer l'attention du reste du monde sur leurs problématiques. Femen a alors créé une esthétique forte, emplies de codes et de symboles, que doivent reprendre ses militantes : poitrines dénudées, couronnes de fleurs, posture agressive et cri. Mais au sein du féminisme et de la société en générale, ces pratiques ne sont pas acceptées par tous. Des collectifs féministes se sont même construits en opposition, comme par exemples les Antigones, fondées en 2013, qui reprochaient aux Femen leur hystérie, leur exhibitionnisme mais aussi de leur façon de bafouer les bases de la société et ses valeurs.

Pour beaucoup, ces nouvelles pratiques féministes mettant en scène le corps voire la sexualisation des femmes (comme pour les *Slut Walk*) propose un féminisme égoïste, hypersexualisé et consumériste (McRobbie, 2009) dont les actions seraient un placement de produit publicitaire pour le capitalisme patriarcal lui-même (Miriam, 2012) et colleraient à la culture hypersexualisée hégémonique, commerciale et individualiste (Mercier, 2016). Face au #lundi14septembre, certaines voix se sont faites entendre dans ce sens, comme valentinehru qui commente sous la vidéo 1 « *pas besoin de s'habiller ainsi pour défendre le droit des femmes* ». Les créatrices de contenu elles-mêmes ne sont pas d'accord. Pour lilixass (entretien 3), le #lundi14septembre « *ce n'est pas forcément une action féministe en soi, je pense, et maintenant je l'ai compris, j'ai pris du recul, que ma tenue vestimentaire n'était pas adaptée pour venir au lycée* » alors que carlo\_ta09 (entretien 8), âgée de vingt au moment de l'action, pense qu'il est « *extrêmement gênant de voir des adultes poser ce regard-là [sexuel et sexy] sur des enfants* ». Elle développe « *Même une fille de 17 ans, si un homme par exemple de 40 ans, 50 ans donne son avis sur sa tenue ça va quand même moi me perturber parce que cela veut dire qu'il considère qu'elle est sur le marché entre guillemets pour lui de la séduction et moi je trouve cela un petit peu glauque. Mais après*

*c'est mon propre avis* ». La première se considère comme féministe car selon elle « *c'est la normalité* » tandis que la seconde produisait du contenu féminisme<sup>109</sup> « *j'avais envie de faire du contenu pédagogique et donc d'expliquer. Je parlais de termes un peu compliqués que j'essayais d'expliquer au mieux pour que cela touche le plus de personnes, j'aimais bien faire de la vulgarisation, parler de mes lectures et tout et ça a plus tout de suite* » et elle parle même de « *burn out militant* », montrant qu'elle considère son féminisme comme du militantisme. Le curseur n'est donc pas le même pour ces deux témoignages et cela peut s'expliquer par le recul de chacune sur le mouvement. Lilixass venait d'entrer en seconde et souhaitait s'habiller comme le voulait, on voit donc ici une démarche plutôt individualiste tandis que pour carlo\_ta09, la problématique soulevée était celle de la sexualisation des filles, encore mineures, par des personnes ayant au moins le double de leur âge. Cette réflexion s'inscrit dans la course permanente à la jeunesse, bien ancrée dans notre société contemporaine et peut se raccrocher à des problématiques féministes plus anciennes sur la place et l'image de la femme.

Le féminisme, présenté comme une révolution sociale à ses prémices, s'est diversifié et a été englobé dans la culture consumériste et l'environnement médiatique mondial (Liebes, 1999). Des marques ont adapté leurs stratégies marketing pour correspondre davantage aux tendances sociétales du moment mais leurs nouveaux slogans, déguisés en fausses promesses, renvoient les jeunes femmes à leurs rôles de femme, à être ce que la société attend d'elles. Elles ne vont plus acheter un rouge à lèvres pour plaire à un garçon mais pour se plaire à elle-même. Le discours change, mais la finalité reste la même : un rouge à lèvres a été acheté et correspond aux injonctions à la féminité. Déjà en 1975, médias et publicitaires adoptaient des stratégies pour utiliser le féminisme à des fins commerciales : comme elles sont les égales des hommes, elles n'ont « *plus besoin d'autodétermination mais d'autosatisfaction* » (Faludi, 1991 : 137). Pourtant, dans l'optique des filles, l'image d'une femme sexy et consumériste peut coexister avec des convictions féministes (Liebes, 1999).

Les lycéennes du #lundi14septembre revendiquent le droit à s'habiller comme elles veulent, avec des *crop tops*, des robes ou des jupes. Il est nécessaire de se questionner en premier lieu sur l'importance des vêtements pour les adolescentes. Selon Aurélie Mardon (2011), il s'agit d'abord d'appartenance sociale. Baignées dans une société avec des médias de masse et des outils de communication plus autonomes, elles sont exposées à de multiples modèles,

---

<sup>109</sup> Elle a décidé d'arrêter car elle a subi des raids numériques et du cyberharcèlement.

qu'elles soient stars de la musique, du cinéma ou simplement influenceuse, incarnant les tendances et les codes de la société actuelle. Ces représentations vont impacter la construction de leur féminité. Les suivre, c'est marquer son adhésion aux normes du groupe, favorisant l'accumulation de prestige et de popularité (Mardon, 2011) : les lycéennes ne sont plus des enfants, mais bien des jeunes femmes. L'adolescence est une étape cruciale dans le processus d'élaboration d'une identité (Liebes, 1999), expliquant l'engouement pour le terrain d'expérimentation que sont les RSN et la volonté de s'inscrire dans des groupes. Le *look* devient alors une quête du soi (Quemener, 2016) durant laquelle il faudra être à la mode. Une mode qui propose des vêtements reproduisant des stéréotypes de genre (on pense notamment aux habits pour bébé « Fort comme Papa » pour les garçons et « Jolie comme Maman » pour les filles) ou proposant des habits sexy collant aux normes dominantes de la féminité actuelles (les *crop tops*). De ce fait, un rapport complexe se pose : les lycéennes s'habillent-elles sexy car c'est ce que dicte la mode ou la mode produit-elle des vêtements sexy car c'est la demande des lycéennes ? Pourtant, la question de l'hypersexualisation des adolescentes n'est pas récente et elle n'est pas apparue en même temps que la mode des *crop tops*. Remontons un peu le temps.

Le phénomène « lolita » a pris de l'essor entre la fin du XXème et le début du XXIème siècle. Promu par les médias et les industries du prêt-à-porter (Allard, 2007), le terme fait référence à des jeunes filles suscitant le désir des adultes à travers l'image d'une féminité précoce. Outre les adolescents, des filles encore plus jeunes deviennent une segmentation de marché. Le brouillage des frontières entre jeunes adultes et enfants participe à cela : nous pouvons penser à la marque Undiz, proposant de la lingerie sexy et des pyjamas à l'image de personnages issus d'univers comme Disney, Pokémon ou encore les Looney Tunes. La mise en avant de ces licences attire les jeunes filles qui se retrouveront alors face à des produits qui ne sont pas de leur âge. « Lolita » a un sens plutôt aguicheur, pourtant, son origine découle d'une confusion littéraire. Le terme apparaît sous la plume de Vladimir Nabokov en 1955 dans son roman *Lolita*. L'histoire est racontée par Humbert Humbert, un homme d'une quarantaine d'années, tombant amoureux d'une jeune fille de 12 ans, Dolorès Haze, qu'il surnomme Lolita, et dans laquelle il voit son amour d'enfance, décédé à l'âge de 13 ans. Le livre met en scène une obsession malsaine de la part du narrateur pour la jeune fille, proche de l'inceste et de la pédophilie. Dans une sorte de démarche inverse à la réappropriation du stigmaté, le terme « lolita » est venu désigner des jeunes filles souhaitant, soi-disant, venir susciter le désir des hommes. Alors que l'œuvre entendait dénoncer le

regard masculin qui se posait sur la jeune fille, l'usage courant est venu déplacer le curseur : ce n'est plus l'homme qui est en faute mais la jeune fille. En ce sens, le propos se rapproche de notre objet d'étude.

Le #lundi14septembre entend protester contre la sexualisation des lycéennes à travers des vêtements considérés comme « provocant », comme on peut le voir sur les vidéos de \_\_\_o.d.c.\_\_\_ « *On nous a souvent dit de ne pas porter des robes, des jupes et des crop top car c'était trop 'provocant'. Lundi 14 septembre mettez un crop top ou jupe ou une robe pour montrer que les filles sont libres de porter ce qu'elles veulent* » (vidéo 6), de lutyne « *On dit que porter crop top était 'provocant' dcp le lundi 14 septembre les filles habillez vous de facon 'provocante' pour cesser les remarques sexistes* » (vidéo 16), de alison.simoes « *Un mouvement propose à toutes les filles de venir habillé de façon 'provocante' le 14 septembre. Alors sortez moi vaut meilleures outfits les filles. On n'est pas né pour subir des propos sexiste ou autres. Porter une jupe, un crop top ou une robe de fait pas de nous des p\*\*\*. Chacun devrait être libre de se vêtir comme bon lui semble et désolé si ça en choque certain* » (vidéo 82) ou encore dans la description de mailyslz « *Ça les touche qu'on soit plus fraîches que ces vieux boomer sexistes 😊* #lundi14septembre #pourtoi #14septembre #balancetonbahut #fyp » (vidéo 64). Pourtant, l'effet inverse va se produire dans les commentaires.

Les jeunes filles se mettent en scène dans des tenues composées de jupes, shorts, *crop tops*, robes, *etc.* et incitent leurs camarades à faire de même. Même si des garçons soutiennent leur cause, que ce soit à travers des vidéos (14, 18, 20, 47 et 93) ou au sein des commentaires, ce n'est pas toujours le cas. Accréditant le principe révélé par Claude Zaidman (1996) à propos des relations entre filles et garçons à l'école primaire, les garçons se comporte comme ce « qu'on » attend d'eux, comme « on » sait comment ils vont réagir, c'est-à-dire qu'ils seront déstabilisés par les tenues de filles, qui vont les détourner de leurs études et qu'ils seront excités, sans pouvoir se contrôler. La vidéo de mailyslz (64) reprend cette idée. Au début, nous pouvons lire « *C'est quoi cette trend pour lund 14, respectez vous, ça excite les garcons, Arretez vos tenues provocantes* » puis « *SIKEEE<sup>110</sup> damage jsuis plus au lycée j'aurais sorti mon meilleur outfit* ». Dans les commentaires, les internautes reprennent cette idée, comme

---

<sup>110</sup> *Sike* est une interjection empruntée à l'anglais signifiant que ce qui vient d'être dit était faux.



par exemple okuyasu\_draw\_nijimura, qui commente sous la vidéo 1 « ((vous vous rendez compte que sa existe les garçons)) ahh cette phrase de CPE 😊 ».

Cependant, bien que tournée en dérision par certaines filles, la question de leur sexualisation par les garçons est réelle. Certains d'entre eux commentent en confirmant cet imaginaire autour d'eux sur une obsession du corps féminin et de la sexualité (voir figure 59).

Vidéo 1					
733	je_suis_celebre	je suis célèbre	12/09/20 20:15:46	2	les gars lundi "😏😏"
754	lisa_baradu_	_vdm_lisa_16	12/09/20 20:16:42	1	les mecs vont se faire plaisir mdr
1399	aubin.l.c.a	user2300437314278	13/09/20 06:41:50	0	Les mec au collège 😏😏😏
1585	elfenlied.com	KØTÅ	13/09/20 07:20:49	0	Les garçons on attend lundi comme ça: 😏👉😏
1627	jennifer.de.coin_master	人人人	13/09/20 07:25:13	0	Faudra pas pleurer si vs vs faites siffler
1681	antonyy_13	Antonyy_13	13/09/20 07:33:32	0	Oui moi je me languis 😊
1715	bigtorrr27	C pas moi	13/09/20 07:39:21	0	Les gars on va se faire plaiz
2040	touksl	Touk	13/09/20 08:12:26	0	go rinçage des yeux demain quel plaisir
2138	ilanbardou	Ilan Bardou	13/09/20 08:21:35	1	Moi je dis les gars on va se mettre bien lundi
2994	sebouz	Sebou's	13/09/20 10:30:38	0	Les mecs le Lundi : 😏😏
3044	23_h09	Infiniment grand	13/09/20 10:43:02	0	LES GAAAAAARS À VOS CAMERAAAAA
3046	__gaiybiche__	user7866915781848	13/09/20 10:43:23	0	soyez pas malade lundi les gars
3085	el_puffinoss	un homme avec des plumes	13/09/20 10:50:58	0	et après c'est les mecs qui sont monter du doigts 🇫 ont y peut rien si on nous force
3105	foxitx	foxit	13/09/20 10:55:28	0	je préparer mes jumelle bien vous regarder 😏😏😏😏
3155	lucas094000	Lucas cuminetti	13/09/20 11:06:58	0	Bah Niquel mais yeux seront ravis 😊
3640	timeo_lgr	Timéo_lgr	13/09/20 13:28:19	0	Nous le mec lundi on vas nager dans le bonheur mdr 😊
Vidéo 8					

164	lilianallegre3	Lilian Allegre	12/09/20 15:39:00	0	Et moi qui est pas en semaine de cour et qui va pas pouvoir se rincer l œil 😁😁
276	kkmilleuuuuu	P.M.N.I	12/09/20 16:07:40	0	👁️👁️👁️
413	shotsu2	Shotsū	12/09/20 16:42:07	1	les garçons be like : 🙄🙄🙄
482	noaa_bn	Noaa_bn	12/09/20 16:58:54	0	Ça me dérange pas moi j'aime bien
1223	tariiox	Je veux le boîtier du PC	13/09/20 11:10:10	0	Les mec on se met bien
1261	antoine_thn	Antoine_thn	13/09/20 14:29:57	0	SOLDAT demain est un grand jour tout est dans la tete , les meilleurs arriverons a ne pas regarder jusq'a la fin
1311	garrior_	garrior `	13/09/20 18:32:42	0	les gars 😊

Figure 59 - Extraits commentaires vidéo 1 et 8

Ainsi, le mouvement du #lundi14septembre donne aux garçons ce qu'ils souhaitent voir. D'autant plus que ce type de mobilisation produit des figures correspondant aux modèles idéaux de féminité blanche, jeune, épilée, mince et dévêtue (Dalibert et Quemener, 2014). En s'intéressant aux corps donnés à voir au sein des vidéos, 68 % exposent des jeunes femmes blanches et minces pour 9 % de jeunes femmes racisées mais également minces.

Cette injonction à la minceur semble être intériorisée par les participantes et être la caractéristique pour participer au mouvement, reproduisant l'objectification des femmes. Au sein des commentaires (voir figure 60) plusieurs lycéennes expliquaient leur non-participation au mouvement en raison de leur corps. Il pouvait s'agir d'un manque de confiance en soi, chose récurrente durant la période adolescente, ou de complexes. Elles ont également intériorisé l'idée qu'il y aurait un seul type de corps pouvant porter des *crop tops*, ou plus largement, les vêtements préconisés pour le mouvement (jupe, short, etc.) : les corps minces. Elles ont intériorisé des manières d'agir et consentent aux injections (Court, 2007) mêmes si elles sont contradictoires : le #lundi14septembre entend prôner une forme de liberté transversale, sous forme de « solidarité organique » mais présente en majorité un seul type de corps, perpétuant l'habitude de n'être confronté qu'à cela (et donc de l'intérioriser). Les critères de beauté standards sont acceptés et reproduits, oubliant un pan du féminisme actuel prônant l'inclusivité des corps avec des mouvements tels que le *Body*

*Positive* ou le *Body Neutrality*. Les lycéennes refusent d'être sexualisées mais elles reproduisent des codes d'objectification et de sexualisation de la femme idéale occidentale.

Vidéo 1					
10	<a href="#">marion..lgj</a>	Marfion	12/09/20 18:28:23	8	Perso je peux pas, je suis pas bien goler 😊😊
76	<a href="#">fruitycharss</a>	Élise	12/09/20 18:40:56	610	Non j'aime pas mon corps . Je met jamais de croc top ..
1033	<a href="#">maelix.leezon</a>	Maëlys	12/09/20 21:38:07	2	Je préfère être en pull et jogging les croc top sont clairement pas fait pour mon corps
1138	<a href="#">flxlepot</a>	Floflow	12/09/20 22:09:11	1	Pov: trop complexé par mon corp pour mettre une tenu provocante 🤔
1191	<a href="#">u4liferrrrr</a>	...	12/09/20 22:41:13	1	mon corps n'est pas fait pour les croc top et les jupes 🤔
2845	<a href="#">cdeamay</a>	may'	13/09/20 10:06:13	0	: J'ai pas le corps pour porter ça désolé
2852	<a href="#">15ho7</a>	Chocolatine	13/09/20 10:07:27	0	J'ai le seum je peux rien maître de cour sa va pas avec ma moi vu que je suis pas tout maigre
3040	<a href="#">angelinaa. 94</a>	444	13/09/20 10:42:33	0	Et si on n'a pas le physique pour 🤡
3053	<a href="#">celiaaverlant</a>	cece la star	13/09/20 10:45:28	0	J'ai pas le corps pour, j'abandonne l'idée mais je soutiens 🙌📺
3078	<a href="#">hxsnnaaa</a>	ℋ'♥	13/09/20 10:49:36	0	faut avoir le corps parfait pour sa dommage 😊😊
3083	<a href="#">ella.lilou9</a>	Pigloo	13/09/20 10:50:27	0	le problème c que je suis pas fine comme tout le monde donc je le fais pas désolé..
Vidéo 11					
95	<a href="#">joriin</a>	Ellie > Abby	13/09/20 15:37:01	0	J'ai pas de croc top et en plus j'aime pas mon corps sa risque d'être compliquée 😊
117	<a href="#">chl.ll</a>	cha :)	13/09/20 15:48:12	0	faudrait déjà que j'arrête de complexer
202	<a href="#">username2468952</a>	.	13/09/20 16:14:08	0	Je trouve ca juste geniale mais comme chu une grande complexer de mon corps se sera pas possible lol :')
236	<a href="#">ninor_crl</a>	elinor	13/09/20 16:31:44	0	sauf quand on as un ventre comme le mien 😊
300	<a href="#">h3raty.v</a>	Aly	13/09/20 16:54:23	0	Je me déteste tellement que j'ai même pas envie de me montrer...

410	<a href="#">mya.mnt</a>	myaaa	13/09/20 19:35:25	0	Et si on as sport et que on est complexé on fait comment
462	<a href="#">oph. .lie</a>	oph. .lie	15/09/20 17:05:48	0	Le 14 c'était ma pire journée 😞 je complexais encore plus 😊
Vidéo 12					
109	<a href="#">na .mrt</a>	Na'	13/09/20 18:49:23	0	J'aimerais bien le faire mais bon je devrais d'abord être bien dans mon corps
117	<a href="#">alii bl</a>	Alison	13/09/20 19:01:11	0	je vous soutiens énormément !!!!! mais je suis trop complexé alors ça c'est pas pour moi...
128	<a href="#">suzuki aikio</a>	👋	13/09/20 19:23:51	0	Et moi qui va pas le faire car j'ai aucune confiance en moi

Figure 60 - Extraits commentaires vidéos 1, 11 et 12

Ces éléments semblent être symptomatiques d'un effet de *backlash* pour la cause des femmes. Théorisée en 1991 par Susan Faludi, ce concept, difficilement traduisible, fait référence à une sorte de retour de bâton ou de retour en arrière. Les avancées de la lutte sociale semblent faire un pas en arrière. Les femmes, qui luttèrent pour se libérer des injonctions, laissent place à leurs cadettes qui promeuvent les codes qu'elles combattaient. Ce phénomène devient de plus en plus visible sur internet et le #lundi14septembre n'en est qu'un petit exemple. Les différentes tendances sur les RSN donnent à voir des figures féminines avec à chaque fois des codes à respecter et ceux-ci reprennent bien généralement des idéologies sexistes. Les plus connus sont la « *that girl* » qui cherche à mieux contrôler son corps et son quotidien. Cette représentation illustre toutes les injonctions faites aux femmes, c'est-à-dire être mince, manger sainement, être belle de façon naturelle et savoir tenir son foyer. La « *girl boss* », carriériste et ambitieuse, se désolidarise des femmes issues des milieux défavorisés, renversant d'un revers de main la prise en compte des injustices sociales, les oppressant et prônant un discours capitaliste issu des classes dominantes. La « *dark feminine* » expose une féminité exacerbée, proche de l'imaginaire de la « femme fatale » puissante. Elle représente un fantasme hétérosexuel, car elle se soumettra lorsqu'elle aura trouvé son équivalent. Ou encore la « femme bohème », avec des discours d'affranchissement du système patriarco-capitaliste, tient une rhétorique autour du féminin sacré, renvoyant à une vision essentialiste où la femme s'accomplit obligatoirement grâce à la maternité. Les nouvelles représentations féminines sur internet ont en commun la beauté, la minceur, la sensualité, le succès et l'hétérosexualité. Baignées dans ces modèles, les

lycéennes reproduisent les mêmes codes, donnant à voir une figure de la femme hétéronormative.



Figure 61 - Capture d'écran vidéo 88

La féminité est donc appelée à être ritualisée. La ritualisation signifie « *la manière dont les situations sociales nous servent de ressources scéniques pour élaborer dans l'instant le portrait visible de la nature humaine que nous revendiquons* » (Goffman, 1977 : 38). Le mimétisme dans le contenu, dans l'attitude et dans le propos vont caractérisés cette féminité adolescente performée. Cela est visible notamment dans les vidéos ayant recourt à l'humour et étant produites par des garçons. Parmi les huit vidéos concernées (vidéos 7, 14, 18, 20, 28, 71, 89 et 99), cinq (les vidéos 7, 18, 20, 28 et 88) mettent en scène des garçons se travestissant en femme, lycéenne ou CPE, afin de servir le propos. La féminité est exprimée par le recours à l'usage d'un tee-shirt, utilisé comme un élément de substitution pour représenter les cheveux longs de la lycéenne ou de la CPE (voir figure 62), un seul utilise une vraie perruque (voir figure 61). Ainsi cela renvoie à l'idée que la femme doit avoir les cheveux longs, comme marqueur de sa féminité. Parmi les lycéennes se mettant en scène, 56,4 % ont les cheveux en dessous des épaules et seulement 3,8 % ont une coupe courte « à la garçonne ».

Dans notre étude, la féminité passe dans 52 % des cas, par l'exposition de sa tenue, composée de vêtements



Figure 62 - Captures d'écran vidéos 20 et 28

caractéristiques du vestiaire féminin (même si le *crop top* commence à se masculiniser également).

Alors qu'internet a offert des lieux d'émancipation pour les femmes et de nouveaux outils pour faire entendre leurs voix, il devient maintenant le lieu de reproduction des codes

patriarcaux, sous-couvert d'égalité enfin atteinte. Ce discours rappelle ceux du début du siècle autour du féminisme. Avec les acquis législatifs, le féminisme a été perçu comme dépassé dans les pays du Nord car les droits sont dorénavant similaires entre les sexes. Le féminisme serait uniquement destiné aux pays du Sud, où les femmes seraient encore opprimées, incapable de penser par elles-mêmes, alimentant une forme de racisme et de paternalisme. Le féminisme comme une révolution sociale semble s'essouffler et propose un sujet social permettant de polariser la société<sup>111</sup>. Mariarebeccasirianni, entretien 1, (vidéo 3, 27 et 51), interrogée sur son rapport au féminisme, explique « *On va dire que moi je suis de l'avis qu'on a tous les mêmes droits mais qu'il y a quand même une différence entre homme et femme. Je pense être née dans la mauvaise époque ahah donc beaucoup de gens ne seront sûrement pas d'accord avec moi. J'aurais aimé avoir 20 ans dans les années 80/90. Je suis une ancienne romantique, j'aime tout ce qui est cliché, comme les hommes qui font le premier pas, qui s'engagent à prendre soin de toi peu importe ce qu'il se passe. La galanterie et toutes ces choses* ». Elle n'est pas la seule à avoir ce positionnement, le mouvement #tradwife<sup>112</sup> prône un retour des valeurs traditionnelles familiales, distinguant les sexes et où chacun à un rôle normé à jouer. L'utilisation du hashtag permet de nommer le mouvement, de se référencer et de se retrouver entre soi, tout comme cela a été fait pour le #lundi14septembre.

Ces visions viennent donc alimenter ce *backlash*, mené par des femmes, rappelant les années 70 où, lors du mouvement américain en faveur de l'*Equal Right Amendment*, des femmes, portées par Phyllis Schlafly, se sont organisées afin de contrevvenir à la ratification de l'amendement qui, selon elles, allaient leur retirer leurs privilèges, leur droit d'être mère de famille, épouse et femme au foyer. Se présentant sous une forme plus moderne avec la visibilité acquise grâce aux outils numériques, la cause des femmes subit à nouveau ce retour de bâton. Néanmoins, cet effet de *backlash* se présente plus pernicieux dans le sens où il se cache derrière des discours se revendiquant féministes, là où, à l'époque, le mot « féministe » avait une connotation péjorative.

Les nouveaux modèles de représentation sociaux correspondent à des standards de beauté bien ancrés et apparaissent comme des espoirs d'ascension sociale. Ainsi le mimétisme s'effectue et les codes dominants sont pérennisés, dans un contexte de *backlash* idéologique.

---

<sup>111</sup> Voir 9.1 La fin de la liberté d'expression ? (p 237).

<sup>112</sup> Femmes au foyer traditionnelles

Ce qui présentait un vernis féministe de par ces relais de visibilité s'avère en réalité une reproduction patriarcale des critères de jeunesse, minceur et de blancheur et perpétuent les groupes dominants.

### 6.3 La perpétuation des dominants

En 1970, Bourdieu théorise ce qu'il a appelé la reproduction. Il s'agit du fait que les inégalités sociales se perpétuent par transmission familiale, invalidant le mythe de l'ascension sociale. Ce point est pertinent à analyser car l'arrivée d'internet a chamboulé la société, que ce soit en termes d'accessibilité aux savoirs ou aux informations qu'en faisant émerger des nouveaux métiers et des nouvelles règles pour la célébrité. En effet, l'arrivée des métiers liés à l'influence numérique a entraîné avec elle l'idée que n'importe qui peut devenir une « star des réseaux » en se mettant à poster du contenu sur internet. Au départ, ces métiers venaient s'inscrire en opposition à la méritocratie : il n'y a pas besoin de faire de longues études ou de subir un métier pénible physiquement pour parvenir à gagner sa vie. Pourtant, il y a un décalage entre la rémunération des créateurs de contenu perçue par le grand public et celle réelle. Selon l'étude de l'agence marketing Reech, en 2023, le salaire moyen annuel imaginé se situe autour des 20 000 euros alors qu'il est en réalité de 5 000 euros et, en 2024, ils ne sont que 24 % à faire ce métier à plein temps, les autres étant obligés d'avoir une autre source de revenu financier à côté. Lilixass (entretien 3) explique « *je suis dans une agence d'influence qui gère tous mes partenariats, toutes mes demandes de projets, les voyages, toute la communication, etc. donc je vais pouvoir me faire des sous avec potentiellement des collabs ou sinon je peux aussi me faire des sous grâce au fond de créateurs sur TikTok. C'est peu hein mais c'est genre des centimes mais après une fois tous les deux, trois mois tu peux avoir cent euros et c'est sympa* », montrant ainsi qu'il s'agit d'un « petit plus » à côté, d'autant plus qu'elle est encore lycéenne (elle avait 17 ans lors de l'entretien).

Le discours méritocratique tend alors à se déplacer. La facilité apparente de réussir sur les RSN provoque un nouveau discours prônant la méritocratie dans le contenu proposé : si on le veut, on peut réussir et l'exposer sur internet, les injustices sociales ne seraient que des excuses afin de ne pas faire d'effort. La popularisation de ce type de discours va venir jouer comme une légitimation permettant de justifier le mode de pensée dominant.

Cette vision de l'espace social, avec, en son sein, un ascenseur social, est verticale et unilatérale, oubliant sa complexité (Bourdieu, 1979). Ici va entrer en compte les volumes des capitaux de l'individu : plus ils seront élevés, plus il appartiendra à la classe dominante, plus ils seront bas, plus il appartiendra à la classe populaire. Les autres étant dans la classe moyenne. Au cœur de ces classes, la structure du capital va venir définir la position de l'individu dans l'espace social. Au sein de celui-ci, tous n'auront pas des capitaux similaires. Adaptant ce propos à notre objet d'étude, les créateurs de contenu qui ont un capital numérique élevé avec une expertise de plateforme et même parfois un capital social élevé, avec une communauté importante, ne signifie pas pour autant qu'ils ont tous un capital économique important. Pourtant, c'est cette image qui cherchera à être exposé sur les RSN et c'est cette image que les internautes vont retenir, accréditant encore plus cette nouvelle forme de méritocratie sur interne.

Nous avons vu précédemment que les procédés en œuvre au sein du #lundi14septembre était de l'apanage des individus correspondant aux codes dominants. En effet, la tactique d'utilisation de son corps comme captation de l'attention divise les féministes et même les femmes en général. Pour Elisabeth Mercier (2016) cette division existe car ce genre de mobilisation apparaît comme un privilège de jeunes femmes blanches, éduquées et de classe moyenne à aisée. En effet, parmi les lycéennes que nous avons interviewées, les parents occupent des postes de cadre, de fonctionnaire, juge magistrat, de chef d'entreprise ou encore de restaurateur, de chanteur professionnel, de vendeur, de chef d'équipe ou d'artisan. Ces lycéennes nous ont parlé de projet d'études allant de l'architecture au droit en passant par l'ostéopathie ou la mode. Avant de bénéficier d'un capital numérique, ces lycéennes bénéficient de capitaux favorisés hérités de leurs parents. Lilixass (entretien 3), qui habite à Marseille, a également un appartement pour elle à Paris afin qu'elle puisse se rendre sur place lors d'événements organisés par son agence d'influence « *j'ai un appartement à Paris, car j'ai l'occasion d'y aller très souvent, notamment pour le taff, pour l'agence. J'ai aussi beaucoup d'events qui m'y sont proposés mais comme je suis à Marseille je peux y aller donc quand je vois à Paris, je fais un stock d'events, je sors tous les soirs comme ça je montre que je peux me rendre disponible et ça donne une bonne image* ». Elle bénéficie de cette possibilité grâce aux capitaux de ses parents.

Ainsi, outre leurs corps correspondant aux normes de beauté dominantes, les lycéennes sont issues des classes moyennes, voir supérieures, et sont amenées à reproduire les modèles des classes dominantes.



Nous sommes donc face à une nouvelle forme de violence symbolique, terme que nous avons défini au cours du premier chapitre : les idéologies des groupes dominants s'imposent, sans contrainte physique, aux lycéennes internautes. Les représentations auxquelles elles font face sont intériorisées et elles les reproduisent. Face à des outils numériques perçus comme une nouvelle forme d'émancipation, elles ne conscientisent pas la structure invisible de domination à laquelle elles font face et la perpétuent, faisant ainsi partie intégrante du processus de reproduction.

TikTok apparaît comme une microsociété que l'on peut inscrire dans une vision holiste. Le RSN est comme un tout, au sein duquel le collectif va faire les individus. Ceux-ci vont alors se comporter conformément aux modalités d'attente du groupe social. Les codes techniques et sociaux sont intériorisés et perpétrés, à travers un effet de mimétisme constant. Se croyant libres, du moins, libres des contraintes du quotidien, les individus investissent la plateforme et ne réalisent pas qu'ils participent eux-mêmes à un processus de reproduction à travers la légitimation. Cela s'explique par la dimension hétérotopique d'internet comme dispositif. Foucault (1984) désignait par ce terme ce qu'il appelait les utopies réalisées, des lieux hors des autres lieux. Rappelant l'idée d'objet transitionnel de Winnicott (1975), le dispositif hétérotopique présente un espace existant hors de l'espace social habituel. Selon Philippe Hert (1999), l'espace hétérotopique est balisé afin de délimiter un intérieur et un extérieur et ce passage d'un état externe à interne se réalise à l'aide d'un dispositif matériel. Pour TikTok, le *smartphone* va permettre à l'individu de rentrer dans ce monde. Jusqu'en octobre 2023, il n'était possible de créer du contenu sur la plateforme que par ce biais. Maintenant, la manipulation est réalisable également depuis la version de l'application pour ordinateur. Afin de rentrer dans l'univers de TikTok et d'y prendre part, il est nécessaire d'avoir un compte sur la plateforme et l'outil numérique adéquat. Penser TikTok comme un dispositif hétérotopique permet à l'individu de faire exister un espace de liberté fantasmé, voire de permissivité (Hert, 1999). En effet, comme nous l'avons vu au cours de cette thèse, les RSN permettent au sujet d'expérimenter son identité numérique, de se construire ; ils ont aussi reconfiguré le lien social, facilité les échanges, donné la possibilité de se regrouper à des personnes qui n'auraient pas pu le faire. Ces nouveaux outils ont rebattu les cartes du monde quotidien.

Néanmoins, dans ce chapitre, nous démontrons que cela n'est qu'illusion. En effet, penser les RSN comme dispositifs hétérotopiques est désuet, notamment à l'heure de la transmédiabilité. Il n'est pas rare de découvrir un contenu issu de TikTok repris sur d'autres

RSN. Ainsi, ce qu'il se passe sur TikTok a bel et bien un effet sur le monde réel et aussi sur l'espace social habituel de l'individu. Lilixass (entretien 3) en est un parfait exemple. Elle a produit du contenu sur TikTok (qui a, par ailleurs, été copié par deux autres personnes du corpus), donc pour TikTok et sa communauté. Toutefois, sa vidéo a été repostée sur X et Instagram, ouvrant ainsi le monde de la plateforme initiale à tout internet. Cette rediffusion a échappé à son contrôle *« surtout un million de vues je ne me rendais pas compte de que c'était et de tout ce que cela pouvait prendre comme ampleur [...] du coup forcément j'ai eu des revenges, je me suis faite afficher sur Twitter, j'ai eu le droit à ça ! J'ai ... j'ai ... euh j'ai reçu plein de DM, des trucs gentils aussi hein évidemment, mais voilà ça a pris beaucoup d'ampleur, j'imaginais pas du tout ! [...] Et après j'ai été mise sur Insta via Twitter, encore plus compliqué. Y a tous les gens de ma ville qui me détestent qui m'ont affiché en story, qui ont repartagé ... ça a été compliqué genre. Et tout cela ça a été à cause de Twitter quoi »*. Ce qui a provoqué des conséquences dans sa vie réelle *« Et même pour moi de mon côté, ça a pris de l'ampleur, au-delà des réseaux sociaux »*, notamment au lycée *« j'ai raconté la réaction qu'avait eu mon lycée face au mouvement [...] et mon CPE m'a direct pris et il m'a dit si machin et tout, il a appelé mes parents, il m'a fait mettre une blouse et m'a renvoyé chez moi pour me changer. Et de là il a dit à mes parents qu'il allait me virer, que c'était pas possible, bref ça a pris toute une ampleur, j'ai eu rendez-vous avec le directeur et après avec le directeur j'ai pu en discuter et voilà. Le pire c'est que le CPE est tombé sur mes TikTok. Forcément quand ça fait un million de vues et que ça finit sur Twitter, c'est prévisible. [...] Ça m'a donné une mauvaise image dès le départ donc ça a été un peu chiant. Et maintenant je sais que je ne peux plus venir ... mes tenues je dois vraiment faire attention alors que d'autres filles elles passent en short ça ne dérange pas mais le CPE va me sauter dessus donc euh voilà »*. Notre travail doctoral expose donc l'illusion représentée par les RSN et leur ancrage dans un système plus grand, venant conforter la reproduction.

Les comportements sont structurés et, même s'ils s'adaptent aux idéologies actuelles, qu'ils se modernisent, ils demeurent de l'héritage des dominants. Le pouvoir symbolique propose des *« idéologies servant des intérêts particuliers qu'elles tendent à présenter comme des intérêts universels, commun à l'ensemble du groupe »* (Bourdieu, 1977 : 408). Dans le cadre du #lundi14septembre, la production symbolique passe devant ce discours universaliste prétendant lutter pour le droit pour toutes les lycéennes à se vêtir comme elles le souhaitent, notamment avec des habits découvrant leur corps. Pourtant, comme nous l'avons vu précédemment, cette mobilisation va devenir un instrument de domination avec une

injonction sous-jacente à la minceur de par la représentation des corps et sa réception au sein des commentaires, avec l'idée qu'il existe un seul type de corps pour porter un *crop top*.

Nous avons déjà nuancé l'existentialisme de Sartre lors de la première partie du chapitre 4, qui voyait impossible la soumission volontaire car cela serait un renoncement à la liberté, avec la pensée de De Beauvoir et l'idée d'une liberté en puissance. Notre propos ici apporte une nouvelle révocation. Nous avons exposé, au cours de ce chapitre, que les individus ne s'affranchissaient pas des structures et, au contraire, les reproduisaient. Le concept de liberté est un privilège réservé aux classes dominantes. Plus l'individu sera haut dans l'échelle sociale, plus il aura le loisir de jouir de sa liberté. De plus, le sujet aura une capacité d'agir réduite sur sa liberté en fonction de ses capitaux mais également des règles implicites ou explicites auxquelles il sera soumis. Les lycéennes, qui ont participé au #lundi14septembre, ont pu le faire parce que leurs parents les y autorisaient (même si, dans les commentaires, certaines personnes donnaient des astuces pour passer outre les règles parentales sans se faire prendre<sup>113</sup>) et parce qu'elles considéraient avoir les prérequis spécifiques (être mince notamment). Alors, la stratégie de réappropriation du stigmaté que nous avons discuté précédemment s'avère être une tendance s'assimilant à une promotion pour le capitalisme patriarcal lui-même et de l'idéologie dominante.

---

<sup>113</sup> Nous développerons davantage l'idée de fracture générationnelle dans le chapitre 8.

## Conclusion Partie 2

Au cours de la première partie de cette thèse, nous avons pu délimiter notre terrain d'étude et statuer sur le fait que nous étions face à une scène publique numérique. Nous avons alors souhaité comprendre les enjeux d'une mobilisation en son sein.

Nous avons pu distinguer des mécanismes rappelant, de nouveau, les mobilisations sociales traditionnelles. En effet, nous avons pu déceler des attitudes pouvant découler de l'expérience de la frustration. Cet élément a été le déclencheur d'une prise de conscience adolescente. Etant dans une période de vie transitionnelle, les lycéennes ont cherché à expérimenter leur liberté et leur capacité d'agir en se mobilisant à leur échelle, avec les outils et ressources qui leur sont accessibles. Elles ont alors fait un premier pas dans une quête émancipatrice pour quitter le monde de l'enfance et commencer à s'affirmer en tant que sujet, hors du cercle familial. Néanmoins, s'exposer sur une scène publique au sein de laquelle s'effectue une véritable lutte pour la visibilité donne une autre dimension aux phénomènes sociaux. Ceux-ci vont répondre à des logiques de séduction : si la mobilisation plait au sujet, il va alors s'engager et y participer, la transformant en *trend*. Nous avons ainsi pu démontrer l'idée de consommabilité de la mobilisation sociale. Les individus intègrent ponctuellement un collectif car ils sont séduits par les valeurs ou l'image du groupe et prennent possession de ces codes pour les reproduire.

En investiguant les différentes motivations à se mobiliser, il est apparu que cette mobilisation n'était, en réalité, qu'une forme impure et intéressée d'altruisme répondant à une recherche de visibilité. L'acquisition de celle-ci sur TikTok passe par la nécessité de maîtriser des compétences communicationnelles, donnant ce que nous avons appelé une expertise de plateforme aux individus. De ces compétences découlent donc des pratiques standardisées, donnant à voir différentes formes de mimétisme. Ainsi, à travers les écrans, donnant accès à une visibilité trompeuse, des « je » se regroupent, pensant avoir des similitudes entre eux. Plus d'un siècle et demi plus tard, la vision de Nietzsche (1883) d'un monde médiocre, conformisme et incapable de penser par lui-même semble demeurer vraie : pour être visible, il faut rester dans les standards en tendance de la plateforme. Les mobilisations numériques, éphémère par essence, sont baignées dans une surabondance de contenu et d'informations, répondant aux logiques socio-économiques du RSN.

Poussant l'analyse encore plus loin, il ne s'agit pas uniquement de logiques d'imitation mais bel et bien de reproduction au sens bourdieusien du terme. Nous avons décelé des systèmes d'habitudes sociales grâce auxquels le système de domination perdure et, dans notre cas, il s'agit d'un système patriarcal, donnant à voir une version de la féminité hégémonique. Il est essentiel de prêter attention aux mobilisations de notre société contemporaine qui prennent des atours féministes. En effet, de par la prédominance d'un féminisme « pop » et donc plus accessible, l'essence de la lutte sociale s'amenuise et peut donner à voir un effet de *backlash* en incitant à la reproduction des groupes dominants patriarcaux avec des critères de jeunesse, de minceur et de blancheur, renvoyant au concept de servitude volontaire puisqu'il s'agit principalement de femmes qui véhiculent et alimentent ces critères. Cette reproduction des critères de la beauté hétéronormée achève d'exclure la possibilité d'accoler l'étiquette féministe au #lundi14septembre. Dès lors, la liberté et la quête émancipatoire sont nuancées et leur performativité dépendra de la situation initiale de l'individu (en termes de structure sociale, de capitaux et de libertés héritées).

Nous avons fait face à des modèles de représentation de soi homogènes nous faisant tendre vers un modèle d'identité numérique commune. La popularité des *trends* sur les différents RSN accentuent cette dynamique, permettant aux sujets de s'approprier des standards par des logiques d'usage. Cette partie nous a permis de démontrer que les lycéennes étudiées reprennent des codes normés et mobilisent des outils et des discours sociaux relativement récurrents dans la société. En imitant sans réelle conscientisation, elles reproduisent les codes dominants. Ayant constaté l'illusion du militantisme et de la quête émancipatrice au détriment de la perpétuation d'un système de reproduction, se pose maintenant la question des bénéfices que les lycéennes tirent en se mobilisant. Au cours de la prochaine et dernière partie, nous chercherons les potentielles dimensions collectives découlant du #lundi14septembre.

## **TROISIEME PARTIE**

### **La création de nouveaux espaces de communication**

## Introduction Partie 3

Jusqu'à présent, nos investigations ont donné à voir une mobilisation, sans réel engagement militant qui, au contraire, loin de protester contre l'ordre établi, venait davantage le reproduire. En effet, le vernis féministe apposé au mouvement durant sa publicisation s'est effrité pour donner à voir une rhétorique émancipatoire et une recherche de visibilité.

Pourtant, malgré une volonté d'individualisation forte, un mimétisme s'est illustré sur lequel il est possible d'appliquer la vision de Nietzsche (1883), d'un monde conformiste et incapable de penser par soi-même. Arendt (1958) tient également le même discours. Pour elle, l'époque de l'homme moderne est une époque d'aliénation dans laquelle le sens de l'action a été perdu à cause notamment du capitalisme et du progrès technique. Se mobiliser sur TikTok serait donc dénué de tout sens, si ce n'est une quête de soi personnelle ou encore répondre à des problématiques narcissiques : parler de soi, de son expérience, de sa tenue. Pourtant, ces dimensions individualistes convergent vers des dynamiques collectives.

Au cours de cette partie, nous discuterons du besoin de reconnaissance. Celui-ci traduit une quête sociale, un besoin de l'estime d'autrui. Ce sentiment permet au sujet de prendre conscience de lui, de sa valeur et de pouvoir trouver un groupe qui lui attribuera une place. La reconnaissance au sein du #lundi14septembre est acquise à travers la construction de la communauté et produit un espace de communication traversé par des valeurs communes. Ce processus répond à un besoin d'épanouissement personnel à travers l'appartenance. Néanmoins, nous verrons que la quête de reconnaissance n'est pas égalitaire. Porté par des promesses de réduction des inégalités, internet donne à voir une société, régie par des codes et des espaces sociaux au sein desquels les personnes sont réparties par classe sociale avec, chacune, son accès aux technologies, sa connaissance et sa maîtrise des codes, mais également par l'usage qui en est fait. TikTok est à la fois un simple outil de divertissement et une véritable vitrine pour l'individu qui devient un produit (ou qui tente de le devenir) en cherchant à se construire un capital symbolique pour renforcer son attractivité sur la plateforme.

Malgré cette horizontalité illusoire, des collectifs se créent et donnent à voir un « nous » qui se réunit ponctuellement soit pour s'apporter soutien et solidarité, soit pour exprimer sa rupture avec les générations plus anciennes, aux idées vieillissantes et hors de l'ère du temps. C'est ainsi une façon pour les générations actuelles de s'approprier un environnement marqué par les codes des générations précédentes. L'individualisation croissante de la

société incite les personnes à se rattacher à un groupe, pour se sentir appartenir à quelque chose. Nous verrons que le cercle social, symbolisé surtout par les amis dans notre étude, tient une place prépondérante dans l'investissement dans la mobilisation. Ces petites bulles de sociabilité s'inscrivent dans des espaces de communication (Odin, 2011). Ces groupes plus grands vont alors venir guider l'individu mais auront l'effet pervers d'une double action. D'une part le groupe sécurise la personne et d'autre part il produit aussi une surveillance qui, *in fine*, vient ébrécher la liberté d'expression et la possibilité de débat.

Tout d'abord, cette partie traitera de la notion de reconnaissance qui, nous verrons pourquoi, est une quête illusoire car déséquilibrée. Mobilisant les travaux de Bourdieu et d'Odin, nous proposerons une nouvelle façon d'appréhender ces espaces entre pairs créés par les mobilisations socio-numériques. Puis, nous discuterons la possibilité de création de « nous » allant au-delà de la hiérarchisation des individus au sein d'un espace social. Enfin, nous mettrons en avant les limites de ces espaces, pris dans une société de plus en plus polarisée et au sein de laquelle l'immédiateté est une valeur maîtresse.



## Chapitre 7

### La reconnaissance comme espace entre pairs

Les lycéennes étudiées s'imitent en reprenant des codes normés, à la fois par la société et par la plateforme sur laquelle elles s'exposent. Néanmoins, derrière ce mécanisme, se cache la volonté de s'inscrire dans un collectif et, plus largement, de se sentir exister à travers le regard d'autrui. L'individu a besoin de se sentir reconnu, de ne pas être invisible.

Au cours de ce chapitre, nous comprendrons que ce désir de reconnaissance est en fait une quête d'estime sociale. La reconnaissance, que nous allons discuter au cours de ce chapitre, est acquise à travers la construction de la communauté et produit un espace de communication (Odin, 2011) qui pousse les agents à produire du sens sur un axe de pertinence similaire et faisant ainsi traverser des valeurs communes. Le sujet s'adapte aux lignes du groupe qu'il a choisi d'investir afin que celui-ci l'accepte et le reconnaisse en tant que membre. C'est pourquoi il donne à voir un contenu, et même une identité numérique, normés. Toutefois, cette quête est illusoire car chacun ne commence pas son chemin au même endroit ni avec les mêmes capacités. La professionnalisation des activités sur les RSN donne à voir sur une même scène publique des experts de TikTok, que ce soit par le temps passé dessus, la maîtrise des codes techniques et sociaux ou par l'enjeu mercantile mais également des profanes, qui tentent d'imiter ce et ceux qu'ils voient. La comparaison est alors déséquilibrée. Ainsi, l'espace de communication créé produit un espace social (Bourdieu, 1994) au sein duquel les individus se répartissent en différentes classes sociales numériques, reproduisant une société inégalitaire.

#### 7.1 Vouloir être reconnu

François de Singly (2016) évoque la quête de reconnaissance des individus dans la société actuelle, en prenant notamment en exemple les mouvements féministes et le slogan « Mon corps m'appartient ». Pourtant, en premier lieu, lorsque l'on parle du désir d'être reconnu, cela sous-entend la recherche d'une démarcation de soi, la volonté de se distinguer, qu'autrui

remarque notre présence, nous admire car nous nous distinguons de la masse. Ceci apparaît comme une forme de paradoxe pour des individus qui s'imitent<sup>114</sup>.

En 1992, Axel Honneth écrit sa thèse autour de la reconnaissance et traite des travaux de Machiavel qui supposent un état permanent de rivalité entre les sujets. Selon cette vision, nous pourrions appliquer la notion de champ, telle que défini par Bourdieu (1979). Un champ est un environnement micro au sein d'un autre qui lui est macro. Chaque champ possède ses spécificités, en termes d'enjeux, de règles et de type de capitaux spécifiques, mais ils possèdent des caractéristiques générales comme le fait qu'il s'agisse de champ de forces car « *un champ se caractérise par une distribution inégale des ressources qui déterminent des positions différentes* » (Jourdain et Naulin, 2019 : 117), donnant à voir des agents en lutte.



Figure 63 - Capture d'écran vidéo 13

Pour Machiavel, ceux-ci en sont conscients et sont donc unis par une relation de méfiance mutuelle. Pourtant la vision d'Honneth sur la reconnaissance diffère. Il parle notamment de l'estime sociale dans le processus de reconnaissance : on se sent reconnu lorsque l'on ressent l'estime que l'on nous porte. L'épanouissement de l'individu passe par l'amour des autres, leur considération, leur respect. Avec les fonctionnalités proposées par les RSN, chaque personne s'exposant peut avoir un retour direct d'autrui, avec les commentaires, les *likes* ou les re-partages. Ainsi, le propos de Cardon (2019) prend tout son sens : internet permet aux sujets de conforter leur estime d'eux-mêmes à travers les signes d'approbation des autres.

Imélancolie (vidéos 13 et 19) expose sa tenue dans sa vidéo (voir figure 63) et elle reçoit directement des compliments dans les commentaires, représentant 24 % de ceux-ci. Elle prend le temps de répondre à certains de ces commentaires, accentuant le sentiment de proximité et exposant le fait qu'elle prenne conscience de cette reconnaissance, de cette validation par les pairs : elle sait qu'elle a de l'estime sociale (voir figure 64).

---

<sup>114</sup> Voir 6.1 Produire du contenu standardisé pour TikTok (p 161).

8		jeremduv	Jerem✦✧	13/09/20 20:56:39	162	Tu dead ça
	8-1	1melancolie_	1melancolie	13/09/20 21:07:05	44	Merci
9		user2014020480	222	13/09/20 20:57:16	2001	QUI LUI DIT QU'ELLE EST IKEUNICCCCC ?!!!
	9-1	1melancolie_	1melancolie	14/09/20 10:11:12	386	Ahah merci ☺
	9-2	el1sa83th	Eli	14/09/20 06:20:09	5	NOUS TOUSSSS
	9-3	..namy.y	namy	14/09/20 09:42:14	3	Oui
	9-4	fhdhhz	TR	14/09/20 10:14:24	2	ELLE EST IKEUNIKKKK
10		user2014020480	222	13/09/20 20:57:24	16	JE SUIS FAN !!!
	10-1	1melancolie_	1melancolie	13/09/20 21:07:36	5	Merci ☺

Figure 64 - Extrait commentaires vidéo 13

Honneth (1992) distingue trois principes de reconnaissance : l'amour, l'égalité et la solidarité. Tout d'abord, le principe d'amour que l'on peut également appeler « sollicitude personnelle ». Celui-ci se traduit dans notre étude dans une forme d'affection entre les lycéennes, soit à travers les compliments, soit à travers le soutien mutuel qu'elles s'apportent, comme nous l'avons présenté dans le chapitre 4. Ce processus permet à l'individu d'accéder à la confiance en soi. Un pan de la psychologie se focalise d'ailleurs sur le sujet avec les théories de l'attachement. On pense notamment aux travaux de John Bowlby (1969) qui démontrent que le besoin de sécurité émotionnelle est un besoin vital dès le plus jeune âge.

Puis, le principe d'égalité reprend ce que nous avons vu précédemment avec l'expérience de la frustration relative, sentiment ressenti lorsqu'une satisfaction était attendue mais qu'elle se voit refusée.

Ce principe de reconnaissance n'est pas tant visible au sein de groupe formé par le #lundi14septembre mais plutôt par l'objectif poursuivi. L'égalité de pouvoir avoir un accès à l'éducation, peu importe la tenue.

Enfin, le principe de solidarité expose le besoin d'être pris dans une cohésion de groupe. Cependant, avant d'arriver à être reconnu à travers le regard d'autrui (à la suite d'une recherche de visibilité), l'individu doit se reconnaître lui-même en prenant conscience de lui.

En se basant sur la fondation hégélienne de la conscience de soi, Honneth fait le parallèle entre le « soi » profond, le « désir », « l’agir » et la notion de reconnaissance : c’est de là que vient cette volonté d’être reconnu. Ainsi, l’individu va s’inscrire dans un cercle de sujets qu’il considère comme ses pairs. Grâce à cela, le sujet va se projeter dans un idéal collectif grandiose : en appartenant de plein droit à un collectif soudé, il n’aura pas à se poser les questions de la société sur son identité. Le groupe lui attribuera une place et un destin, lui permettant de répondre à l’angoissante question du « Que faire ? » (Bouilloud, 2011). Les lycéennes ayant participé au #lundi14septembre forment une sorte de collectif, avec des lignes directrices qui ne sont pas toutes formulées explicitement.


Partant de l’expression d’Antonio Gramsci (1948), nous pouvons voir une forme d’hégémonie culturelle au sein même du mouvement. Nous y reviendrons plus en détail au sein du chapitre 9 mais le #lundi14septembre porte avec lui un système idéologique auquel l’individu doit se plier s’il souhaite être accepté par le groupe. Au sein de notre corpus, 76 % des vidéos ont un positionnement explicitement marqué pour le mouvement, 1 % est contre et les 23 % restant n’exposent pas clairement de positionnement. Ainsi, si le sujet souhaite être reconnu au sein de ses pairs, il devra se plier aux règles du groupe. Lors de l’étude des commentaires, nous avons fait face à plusieurs débats, se traduisant de façon assez réductible en « pour et contre » le mouvement (voir figure 65).

978		<a href="#">margaux5</a>	margaux	12/09/20 21:03:14	6	je suis pas d'accord, c'est pas provoquant ça !
	978-1	<a href="#">abou_gnoulle</a>	matt	12/09/20 21:30:08	4	c'est ton avis mais ça reste une tenue incorrecte pour le travail ou l'école
	978-2	<a href="#">margaux5</a>	margaux	12/09/20 21:30:39	4	toute les tenues sont correctes !
	978-3	<a href="#">kxrissy</a>	♡54&7♡	14/09/20 08:16:29	0	TOUTE LES TENUES SONT CORRECTE C juste la société qui a fait que certains tenues sont interdit ou "provoquante" on est née avec cette idée dans le tet
1072		<a href="#">obln</a>	beu	13/09/20 07:15:32	9	Je vois pas en quoi c'est compliqué de comprendre qu'il y'a des tenues décente à respecter dans les établissements. Comment vous ferez dans vos futurs
	1072-1	<a href="#">obln</a>	beu	13/09/20 07:16:01	4	boulot quand vous serez obliger de porter une tenue conforme à la société ? Vous irez "provoquer" votre patron ? 😊

1072-2	<a href="#">kxrissy</a>	♡54&7♡	14/09/20 08:07:18	0	Non car c'est vêtements ne devrait pas être classé de provoquant de 1 et de 2 personnellement c'est pas pour notre futur qu'il veulent pas qu'on
1072-3	<a href="#">kxrissy</a>	♡54&7♡	14/09/20 08:07:49	0	S'habille comme ça mais parce que ça distrait les garçon
1072-4	<a href="#">obln</a>	beu	14/09/20 15:37:08	1	J'ai utilisé le mot décent et non provoquant. Vous avez juste un soucis avec l'autorité et les règles.
1072-5	<a href="#">hyoshi</a>	Hyo	13/09/20 14:21:56	2	je te jure

Figure 65 - Extrait commentaires vidéo 8

Seule la vidéo 2, qui, pour rappel, reprend le témoignage d'une lycéenne agressée, voit une réelle forme d'hégémonie. Outre quelques exceptions de commentaires, la quasi-totalité va venir apporter leur soutien à la lycéenne et condamner ses agresseurs (voir figure 66).

10	<a href="#">ind_cxmille</a>		14/09/20 16:26:19	1	la pauvre 🤔🤔🤔🤔
11	<a href="#">camarapauline</a>	Pauline camara	14/09/20 16:26:23	6	mais pourquoi autant de méchanceté par des moins que rien 🤔🤔🤔
12	<a href="#">emma_gc</a>	ema	14/09/20 16:26:45	10	Omg courage ❤️🤔
18	elina_svg	Élina	14/09/20 16:29:13	5	ma pauvre 🤔🤔🤔
19	just.celia1	✦ Célia ✦	14/09/20 16:33:21	5	C'est quelle genre de France sa 🤔❤️
22	gymnaste522	gymnaste522	14/09/20 16:37:38	6	ma pauvre 🤔🤔 courage reste comme tu es 🤔🤔
33	amandiinegtn	amandine🤔	14/09/20 16:53:45	236	j'ai même pas les mots..
34	._.j aime._.le._.ketchup	VIVE LE KETCHUP	14/09/20 16:53:50	6	Courage 🤔❤️
35	chachou7_6	chacha_lsr	14/09/20 16:54:06	1	Courage a elle elle a rien demander la pauvre 🤔❤️
36	miss_lolo0	L†lo→	14/09/20 16:54:19	73	Mais quesque.. 2020 ouais
105	natsuko360	Dylan	14/09/20 17:58:39	1	Courage on n'est tous avec toi
106	louanne_30220	lou	14/09/20 17:58:44	0	C inadmissible
181	imiakaria	Alecto Érinys	14/09/20 18:11:02	0	Mais c'est une blague ?! Mais dans quel monde on vit bordel

260	monteau159	Victoire LaBest/yt ❤️	14/09/20 18:29:14	0	la pauvre 🤔🤔🤔🤔
261	mamanwolf	Aline Jln	14/09/20 18:29:15	0	Courage
262	mariedayral	Marie Dayral	14/09/20 18:29:23	0	jvous envoi tous plein d'amour
263	ciindy691	C'🤔	14/09/20 18:29:27	0	Tout mon courage🤔🤔

Figure 66 - Extrait commentaires vidéo 2

Revenant à notre propos initial, la lutte pour la reconnaissance sera en premier lieu une lutte individuelle pour se faire reconnaître dans un groupe normé. En effet, selon Butler (2015), la reconnaissance va venir former la subjectivité de l'individu : il se reconnaîtra en tant que sujet grâce à autrui. La prédominance des questions de reconnaissance et de visibilité au sein de notre étude nous confirme une fois de plus qu'il s'agit bien d'une scène publique numérique.

Tout comme la visibilité est régie par la maîtrise des codes communicationnels sur TikTok, la reconnaissance s'inscrit elle-aussi dans une forme de normativité. Pour être reconnu dans un groupe, il faut correspondre aux normes sociales de celui-ci. Mais une fois que l'individu est entré dans le groupe, le collectif prendra le pas, rassurant le sujet qui se perçoit comme émancipé (tout en étant normé) et protégé par la masse. Le groupe se traduit par l'utilisation régulière du « nous » et du « vous » (voir figure 67).

romane.rz	Vidéo 4	Nos tenues, nos choix ! #lundi14septembre #fyp #pourtoi #foryoupage #france #lycee   alors quelle tenue vous me conseillez ?
Imelancolie_	Vidéo 19	Je ne pourrais malheureusement pas participer à ce mouvement mais je suis entièrement avec vous les girls❤️#lundi14septembre #sexism #stopsexism
flora.ard	Vidéo 44	les filles mettez vos meilleurs crop tops demain #lundi14septembre #pourtoi #sexisme
laureauvray	Vidéo 52	notre corps ne vous appartient pas, on ne vous doit absolument rien #lundi14 #lundi14septembre
sachamoureuse	Vidéo 58	C'est la mentalité des autres qui doit changer, pas la façon dont nous nous habillons.☺️ #pourtoi #lundi14septembre #foryoupage

eaucrepuscule	Vidéo 78	Solidarité féminine contre le sexisme ! Vous êtes toutes des battantes au quotidien #lundi14 #pourtoi #solidarité #swiss #lgbt #lundi14septembre
corentin.do2	Vidéo 88	On vous soutient toutes 🙌🙌🙌❤️❤️ #lundi14septembre #sexisme #humour #tiktok #pourtoi #foryou

Figure 67 - Mobilisation du "nous" et du "vous" au sein des descriptions de vidéo

Le « nous » fait référence à un groupe, celui du #lundi14septembre, constitué de lycéennes, le montre les descriptions des vidéos 19, 44 ou 88 (voir figure 67) en reprenant les termes « les girls », « les filles » et « toutes ». Mais cette catégorisation sous-tend un consensus idéologique : toutes les lycéennes seraient d'accord entre elles et soutiendraient le fait que chacune puisse se rendre au lycée de la façon dont elle le souhaite. Il faut nuancer de propos car des paroles dissidentes se sont faites entendre, que ce soit sur le fait de porter des vêtements courts ou le fait de porter le voile<sup>115</sup>. La quête de reconnaissance se fait donc au sein de ce « nous » car les avis non conformistes ne sont pas tolérés, comme nous le verrons dans le dernier chapitre de cette thèse.

La reconnaissance passe donc par une recherche de validation sociale. Toutefois, nous pouvons la nuancer. En effet, lilixass (entretien 3) confie « *si je prends des abonnés ça peut me faire plaisir, c'est cool. Par exemple si j'ai posté une photo, que les gens aiment bien et qu'ils s'abonnent ça fait plaisir. Si j'ai pris du temps sur un TikTok que les gens ça leur plait, ça me fait plaisir mais après prendre des abonnés ou perdre des abonnés ce n'est pas quelque chose qui m'importe* ». La reconnaissance semble n'être qu'un bonus et non l'objectif principal. Mais comment être certain qu'il s'agit d'un propos sincère et non pas d'une mise en scène de soi ? Comme nous l'avons évoqué dans le chapitre précédent, les créateurs de contenus ont une image plutôt négative : narcissiques, tournés sur eux-mêmes, déconnectés du monde, ne voulant pas travailler, *etc.* Se détacher de cette quête de reconnaissance peut alors être une façon de s'éloigner de cette mauvaise image et de confirmer l'imaginaire du « juste pour le plaisir ». Cela peut également s'interpréter *via* le fait qu'il s'agisse de lycéennes et que certaines choses ne soient pas conscientisées.

<sup>115</sup> Voir 2.1 Le mécanisme de publicisation, définition du problème public (p 40) et 4.2 De l'individualisation à l'individuation, une rhétorique émancipatoire (p 103).

Enfin, une dernière dimension à cette quête de reconnaissance est apparue à travers la volonté de s'exposer en exprimant le fait que la date du mouvement correspondait à la date d'anniversaire de la personne qui commentait (voir figure 68). Cette démarche traduit directement un besoin de démarcation et de reconnaissance. En commentant de cette façon, les individus peuvent attendre un retour avec notamment un « joyeux anniversaire », faisant d'eux l'individu spécial de sa journée. Ils veulent montrer qu'on les a repérés dans la masse de commentaires. Ils cherchent également à se démarquer au sein du mouvement : il se passe quelque chose, des gens participent à une action, le jour de leur anniversaire. Dans les deux cas, ils ont le souhait de se singulariser sur la journée et d'être reconnus par les autres. Cette démarche s'explique par le fait que la société célèbre la hiérarchie entre les individus : tout le monde ne peut pas être reconnu mais chacun à l'impression qu'il peut l'être, qu'il sera l'exception. La démarche de l'anniversaire est une petite représentation de cette volonté d'être spécial. TikTok, avec le principe de découverte organique que nous avons déjà évoqué<sup>116</sup>, renforce sur ce sentiment et pousse davantage cette quête de reconnaissance.

En résumé, la plateforme offre une illusion d'ascension sociale facile et incite à chercher la reconnaissance. Le RSN sollicite les désirs narcissiques des individus. L'entre-soi créé par l'algorithme construit un groupe où le sujet se sentira en sécurité, pourra s'exprimer et pourra recevoir cette validation externe. Toutefois, cette quête de reconnaissance, sous des attraits de solidarité, s'ancre dans un milieu où les individus sont plus différents qu'ils ne le pensent.

79		zahra___h	Zahra	12/09/20 15:21:49	2	Lundi 14 cest mon anniversaire !
16 8		lazar_rakic	Lazar	12/09/20 15:42:09	0	C le jour de mon aniv 😊😊😊😊
33 8		uar_shi	Shi***	12/09/20 16:21:45	0	Le jour de mon anniv 🥳
34 4		https.1nd13	πϚ	12/09/20 16:22:29	0	le jour de mon anniversaire 🥳❤
34 6		soso.luxury	Solène	12/09/20 16:23:21	0	Le jour de mon anniv 🥳🥳
39 6		lily_lmy	Lily	12/09/20 16:39:49	0	Lundi 14 septembre c'est mon anniversaire 😊
41 1		lucynanamix	Lucy - kun	12/09/20 16:41:48	0	Le 14 c mon anniv :)

<sup>116</sup> Pour rappel, la découverte organique est un mécanisme effectué par l'algorithme qui va tester des vidéos de façon aléatoire, sans prendre en compte le taux d'engagement ou la popularité du compte, afin de savoir s'il est pertinent de la montrer au plus grand nombre.



51 0		ievapartouche	leva Partouche	12/09/20 17:04:28	0	Le jour de mon anniversaire, gooooooooo????
56 5		lea83.89	Léééa	12/09/20 17:11:49	0	Le jour de mon anniversaire 👉 pas mal l'idée 🤔
57 4		luna_offf	Luna <3	12/09/20 17:12:21	1	ptn c'est mon anniversaire lundi 14 septembre 🤔😏😏😏😏👉
57 7		memarg.m	Mélie☀️	12/09/20 17:12:31	1	Yes le jour de mon anniversaire 🤔
67 2		nina_rbry	Nina__	12/09/20 17:41:07	0	se sera le jour de mon anniversaire 😊
68 8		sofia.yns	S ♪	12/09/20 17:43:26	0	Le jour de mon anniversaire mdrr 😊
71 6		saloua_elb	__ - __	12/09/20 17:50:51	0	Le 14 septembre c mon anniversaire 😊
71 7		user121233453	🐱🐱	12/09/20 17:50:57	0	Mais c'est le jour de mon anivairsaire
93 5		moonlight07.__	<3	12/09/20 20:26:00	0	C'est le jour de mon anniversaire mdr 🤔 😊
98 6		wijdane.abi	W'🤔	12/09/20 21:14:01	0	lundi14septembre c'est mon aniv
37 3		la_date_du_jour	La date du jour.	12/09/20 16:27:06	7 0	Aujourd'hui,on est le samedi 12 septembre 2020.
	373 -1	lamisse.lie.12_barad u	Emy.lie_1 2	12/09/20 20:19:01	0	c'est mon anniv
	373 -2	mdr_gpalu	Ptdrtki	12/09/20 21:29:35	0	Joyeux anniversaire 🖤
	373 -3	lamisse.lie.12_barad u	Emy.lie_1 2	13/09/20 07:10:24	0	Merci

Figure 68 - Extrait commentaires vidéo 8

La reconnaissance poursuivie au sein du #lundi14septembre est une quête d'estime sociale, de validation par les pairs. Néanmoins, comme l'étude des modalités de paroles faite dans la première partie de cette thèse a démontré l'inégalité d'accès à l'arène publique qu'est TikTok et plus spécifiquement à la scène publique du #lundi14septembre, la reconnaissance est elle-même aux prises avec des facteurs disparates.

## 7.2 Une reconnaissance déséquilibrée

Au cours de la partie précédente, nous avons expliqué que TikTok poussent ses utilisateurs à produire sans cesse du contenu afin que la plateforme puisse proposer un fil algorithmique

de divertissement personnalisé sans fin. De ce fait, le RSN impose des codes et crée des règles d'accès à la visibilité. Derrière cette recherche se cache un désir de reconnaissance des individus à travers leur exposition de soi que nous venons d'expliquer. Pourtant, le fonctionnement même de la plateforme va créer des distinctions entre les individus, de par les règles qu'elle impose implicitement et explicitement, mais aussi par le système de référencement de contenu de son algorithme. Dès lors, chaque individu n'aura pas les mêmes capitaux dans sa quête de reconnaissance.

Celle-ci va dépendre de ce que Leon Festinger (1957) a appelé la comparaison sociale : l'individu se sentira reconnu en fonction de l'environnement dans lequel il évolue. La psychologue Lisa Friedmann (2013) exemplifie ce propos avec le milieu scolaire : un élève qui aura 13/20 lorsque la moyenne de la classe sera de 10 se sentira plus intelligent (et plus reconnu par ses parents ou ses professeurs) que si la moyenne de la classe est de 18. Cela sera identique sur TikTok : être reconnu sur la plateforme ne signifie pas être reconnu de tous. A l'heure de la standardisation des RSN (comme nous l'avons évoqué précédemment) et de la transmédialité, il devient de plus en plus facile d'homogénéiser sa reconnaissance sur les RSN. Cependant, cette possibilité ne sera pas offerte à tout un chacun dans un environnement d'infobésité. Au sein de cette comparaison sociale, Lisa Friedmann en distingue trois types :

- latérale : on se compare à une personne (ou à un groupe) que l'on juge identique ou proche de soi ;
- descendante : on se compare à une personne (ou à un groupe) que l'on juge inférieure à soi ;
- ascendante : on se compare à une personne (ou à un groupe) que l'on juge supérieure à soi ;

Ainsi, dans le cadre de la mobilisation du #lundi14septembre, nous sommes face à ce que Daniel Cefaï appelle un « *phénomène de dédifférenciation et de communautarisation* » (2007 : 97) : des lycéennes se mobilisent ensemble autour d'un vécu commun en transcendant des frontières de classes sociales. A première vue, la comparaison semble latérale. En effet, les lycéennes bénéficient d'un fond culturel partagé : outre le fait qu'elles soient au lycée, elles partagent les codes de la plateforme. Néanmoins, une différence se fait

au niveau du lycée. Le propos porté par la mobilisation fait état de lycées aux réglementations strictes, sans préciser s'il s'agit d'un lycée privé ou public. Elsa-tlsp (entretien 6) est en lycée Agricole privé qui « *normalement, est censé être assez catholique* ». Elle liste les interdictions « *on ne peut pas mettre de tee-shirt à bretelle par exemple car on voit nos épaules, on ne peut pas mettre de jean à trous parce qu'on voit nos genoux.* » En opposition, mariarebeccasirianni (entretien 1) est en lycée public, au sein duquel elle n'a jamais eu de remarques concernant la tenue vestimentaire, la seule restriction était « *Sauf pour les jeans troués qui était le seul stop que mon établissement mettait* ». Cette distinction de l'établissement scolaire est certes importante pour comprendre les revendications mais ce n'est pas celle qui va venir prédominer notre réflexion. Notre volonté ici d'expliquer que la popularité du #lundi14septembre et son système de reproduction<sup>117</sup> est due à cette illusion de comparaison latérale.

En premier lieu, les interactions entre la personne émettrice et sa communauté vont venir accentuer ce ressenti. 38 % des vidéos contiennent une demande d'interaction explicite soit à travers la vidéo (voir figure 69) soit à travers la description (voir figure 70)



Figure 69 - Captures d'écran vidéos 1, 29 et 58

---

<sup>117</sup> Voir Chapitre 6 La reproduction des groupes dominants (p 161).

Vidéo 8	depuis le début de l'année qui c'est prêt des remarques? #lundi14septembre #2020 #femmes
Vidéo 17	vous participez demain? // #pourtoi #lundi14septembre #fyp #foryou
Vidéo 53	Tu t'es habillée comment aujourd'hui ? Désolé pour la fin 😊 #lundi14septembre #14septembre

Figure 70 - Descriptions vidéos 8, 17 et 53

De cette façon, la communauté est directement engagée et va répondre avec les commentaires. Par exemple, \_\_\_lilouuuuu\_\_\_ (vidéo 17) demande si les internautes participent au mouvement et ceux-ci lui répondent. (voir figure 71). En les interpellant à travers cette question, elle va les engager et les impliquer : c'est une sorte de piège abscons (Joule et Beauvois, 1987). La recherche de sociabilité va inciter les internautes à répondre, à interagir avec l'individu, exposant la volonté de s'investir dans un cercle social. Ce sentiment s'explique par l'effacement du support technique (le *smartphone*). Le sujet a intégré le fonctionnement social donné et normé du dispositif (Pequignot, 2014), à force du temps passé dessus. En effet, en France, en 2021, selon une enquête de Médiametrie<sup>118</sup>, les 15-24 ans passent en moyenne 4h27 quotidiennement sur leur mobile. Yahyaachou (entretien 7) explique « *Y en qui disent 'Non j'aime pas passer du temps sur le téléphone, c'est un concept que je trouve bête, etc'. Moi j'ai trouvé cela très sympa de part le fait que je suis d'origine marocaine, toute ma famille est au Maroc. En fait, le développement des réseaux sociaux a fait en sorte que euh je puisse être de plus en plus en contact avec ma famille qui est au Maroc. Facetime, Facebook avec les anniversaires et toutes ces petites conneries comme ça en fait ont permis de se rapprocher petit à petit avec ma famille. Alors que euh si je ne me trompe pas, y a dix douze ans bah pour contacter ma famille c'était le téléphone fixe qui coûtait archi cher* ». Le *smartphone*, de par le temps passé dessus et par son implication dans les sociabilités proches, donne l'illusion d'abolir la distance entre les individus, qu'elle soit géographique ou sociale. En cherchant à engager sa communauté, le créateur de contenu va donner l'impression qu'il est comme un ami sur les RSN.

<sup>118</sup> Médiametrie, consulté le 27 juin 2024 <https://www.mediаметrie.fr/fr/les-15-24-ans-des-pratiques-medias-intensives-individuelles-et-connectees>

6	elise_gmlr	Elise	13/09/20 16:52:23	1	évidemment !
10	mxllloe.gln	CHLOÉ ♥	13/09/20 16:53:43	6	Ouiii 😊
11	ombxline	ombxline	13/09/20 16:53:59	1	carrément 🤔
26	clelia_lpz	clélia	13/09/20 16:58:58	0	Évidemment
27	cassbsnn	cass	13/09/20 17:03:07	4	yes
56	rosechanteau	rose	13/09/20 18:20:00	0	ba oui logique 😊
57	66h..07	Léa ✨	13/09/20 18:21:08	2	c un grand OUI
58	saaallluuttttt	:)	13/09/20 18:26:02	0	bah évidemment 😊
63	quoi._feur0	Coucou	13/09/20 18:36:51	0	nn
83	ll.eana	Leana ✨	13/09/20 19:14:21	0	Ui 😊
84	_ines_1512	Inès 💋	13/09/20 19:15:34	0	Oui
122	hbr.elisa	<i>Elisa</i>	13/09/20 20:03:58	0	Nn 😊
148	heylolo_	Lolo	13/09/20 20:36:09	0	non
152	melilabest2	<i>hello</i>	13/09/20 20:39:58	0	Oui
153	a_i_shors	Insta: a_i_shor	13/09/20 20:40:19	0	Bien évidemment 😊😊
173	meghane.hrs	iMeg! MG	13/09/20 20:59:57	0	oui :)
174	biancaa_0_0_	Biancaa	13/09/20 21:00:01	0	bien sûr !
175	marie.trdd	Don't be shy👀	13/09/20 21:00:13	0	Je participe
176	shanice_kacy2.0	👀♀gym 👀♀	13/09/20 21:00:32	0	non

Figure 71 - Extrait commentaires vidéo 17

Outre le questionnement quant à la participation ou sur l'expérience, 10 % des vidéos de notre corpus demandent directement aux internautes de voter pour la tenue soit en mobilisant un appel aux *likes* (voir figure 72) soit avec un appel aux commentaires (voir figure 73), venant renforcer cette volonté de création d'un groupe social partageant des codes. L'espace ainsi proposé devient ce que Roger Odin (2011) nomme « un espace de communication » au sein duquel un faisceau de contraintes poussent les sujets à produire un sens sur le même axe de pertinence, qu'ils soient les émetteurs ou les récepteurs, « producteur » et « interprète » (Péquignot, 2014). Ces contraintes sont visibles à travers les codes communicationnels et

techniques que TikTok impose à ses usagers pour devenir visibles et exister. Cet appel à interaction va permettre d'impacter le taux d'engagement de la vidéo et donc sa visibilité.



Figure 72 - Capture d'écran vidéo 30

Pourtant, dans le processus du #lundi14septembre, les lycéennes se prennent comme sujets : elles parlent de ce qu'elles connaissent, de ce qu'elles expérimentent, de ce qu'elles vivent. En s'exprimant publiquement, elles réalisent ce que Claire Balleys (2016) nomme un exercice de positionnement social et identitaire. Mobiliser une partie de son intimité permettra d'activer des processus de reconnaissance et d'identification au sein de l'audience venant conforter l'illusion d'une comparaison latérale. Le fait que certains des créateurs de contenu viennent répondre directement aux commentaires va également venir conforter ce sentiment de proximité, mais nous y reviendrons plus en détail juste après.

Réfuter la comparaison latérale ne signifie pas uniquement une différence en terme d'usage des RSN. Dans 19 % des descriptions de comptes, nous retrouvons un mail professionnel, signifiant que la personne a ou cherche à avoir des collaborations *via* son compte TikTok afin d'augmenter son capital économique. Dans ces cas-là, il est évident que la comparaison est davantage ascendante : les tenants et les aboutissants derrière la publication d'une vidéo seront différents. Nous sommes face à une fausse promesse d'horizontalité.

Néanmoins, même face à un individu ayant un compte catégorisé dans la nano-influence (1 000 à 20 000 abonnés), ou en dessous, une forme de relation parasociale (Horton et Wohl, 1956) va se créer. Selon eux, il s'agit d'une caractéristique principale des nouveaux médias de masse donnant ainsi « *the illusion of face-to-face*



Figure 73 - Capture d'écran vidéo 56

*relationship with the performer*<sup>119</sup>» (Horton et Wohl, 1956 : 215). Cette relation met donc en jeu un lien unidirectionnel entre les individus. Au départ mobilisée pour traiter des rapports des fans aux célébrités, la notion s'étend davantage à l'heure des médias sociaux : les internautes vont créer une relation avec une personne qu'ils ne connaissent pas réellement, simplement en consommant son contenu. Le lien entre vie privée et vie publique s'amenuise avec une mise en scène de soi et une exposition de soi croissante. Reprenant les quatre critères (l'intimité, le temps passé, la réciprocité de service et l'intensité émotionnelle) pour estimer le lien social de Mark Granovetter (1973), nous comprenons mieux la création de cette relation. Tout d'abord, le créateur de contenu va partager son quotidien et faire entrer l'internaute dans son intimité, même si celle-ci est mise en scène. Comme nous l'avons dit précédemment<sup>120</sup>, 26 % des vidéos du corpus laissent entrevoir le foyer de l'individu, donnant au récepteur un regard panoptique. Puis, avec une moyenne quotidienne de temps passé sur l'application d'1h52 selon le rapport de données annuel 2023 de Qustodio travaillant sur des solutions de contrôle parental face au numérique, le deuxième critère est également validé. Interrogées sur leur temps passé sur les RSN, les chiffres donnés viennent accrediter cette statistique que ce soit pour elsa-tlsp (entretien 6) « *Ah bah Tiktok si je m'y perds je peux bien y rester deux heures !* » ou pour romane.rz (entretien 2) « *je passe pas mal de temps dessus, quand j'ai le temps je me mets sur tiktok et je peux scroller pendant des heures sans voir le temps passe* ». Ensuite, la réciprocité va s'exprimer d'une part pour l'émetteur avec l'attente de l'interaction de son public avec son contenu, accentué par des formes d'incitation que nous avons évoqué précédemment. D'autre part, le récepteur attendra du contenu divertissant de la part du créateur mais aussi sa réponse, que ce soit en commentant directement ou en créant une vidéo à la suite d'un ou plusieurs commentaires. Ceci est le cas pour les vidéos 27, 80 et 84 (voir figure 74).

---

<sup>119</sup> L'illusion d'une relation de face à face avec l'interprète.

<sup>120</sup> Voir Partie 5.2 Laisser des traces (p 141).





Figure 74 - Captures d'écran vidéo 27, 80 et 84

Enfin, l'intensité émotionnelle est le critère le moins marqué de notre étude. Elle peut cependant se retrouver dans les vidéos témoignant d'expériences vécues, plus ou moins graves, comme la vidéo 2 où une jeune fille raconte « *Ce matin je me rendais au lycée comme tous les jours et de là j'ai vu qu'il y avait trois jeunes garçons qui me suivaient. Et euh je suis, du coup j'ai continué ma route et de là j'entends 'sale pute'. Je ne pensais pas que c'était pour moi donc j'ai continué ma route. Et de là j'ai ... un des trois gars qui sont arrivés par derrière, qui ont commencé à me tirer les cheveux et ils me mettent au sol, me mettent des coups et de là ils ont sorti quelque chose de leur poche et ont commencé à me tailler le visage, comme on peut le voir là. Donc à savoir c'est quelque chose qui est vraiment dur et assez traumatisant à vivre. Donc voilà.* » ou la vidéo 57 où unxju écrit « *Ce matin je me suis habillée avec ce jogging et un crop top pour aller au lycée. La principale adjointe m'a dit que ma tenue ressemblait à une tenue de plage. Ma tenue était donc inappropriée pour le lycée. Elle m'a demandé de mettre ma blouse de chimie pour me couvrir* ». Tous les critères sont alors réunis pour créer de nouvelles relations sociales asymétriques.

Ces nouvelles sociabilités vont permettre d'accentuer la reconnaissance (le cercle étant plus grand sur les RSN que dans la vraie vie, les chances d'avoir des retours positifs sont également plus grands) mais également permettre aux individus moins à l'aise dans les compétences communicationnelles de la vie réelle de garder une sociabilité. Carlo\_ta09 (entretien 8) explique « *il faut savoir que malgré le fait que je poste sur les réseaux, je suis*



*très très timide et réservé et dans la vie générale j'ai peu de liens sociaux* ». Ceci accrédite le propos de F. Georges « *les identités virtuelles sont avant tout utilisées pour communiquer avec l'extérieur* » (2010 : 25).

L'espace de communication créé par les individus donne à voir une application numérique du concept d'espace social de Bourdieu (1979). Il définit cette notion comme étant « *un ensemble de positions distinctes et coexistantes, extérieures les unes aux autres, définies les unes par les autres, par leur extériorité mutuelle et par des relations de proximité, de voisinage ou d'éloignement et aussi par des relations d'ordre, comme au-dessus, au-dessous et entre* » (1994 : 20). Au sein de l'espace de communication, les individus se répartiront en différentes classes sociales numériques en fonction de leurs capitaux. Cette distinction entre eux entrainera donc une reconnaissance déséquilibrée. Il convient maintenant de se pencher plus en détail sur la structuration de cet espace social numérique.

### 7.3 Structuration de l'espace de communication

Le #lundi14septembre propose un espace de communication entre individus possédant des idéologies communes (positionnement sur le mouvement) et partageant des codes communicationnels (l'expertise de plateforme de TikTok).

La catégorisation (voir figure 15 p 47) des comptes réalisée dans la première partie de cette thèse nous a donné à voir une prédominance (45 %) des comptes de macro-influence (pour rappel de 100 000 à 1 000 000 d'abonnés). Nous avons également expliqué que ces comptes devenaient majoritaires le jour de l'action (voir figure 16 p 47), alors que les premières vidéos de notre corpus sont en date du samedi 12 septembre, soit deux jours avant. L'espace de communication que nous étudions est donc évolutif : au départ constitué de comptes plus petits, que l'on peut considérer comme les comptes de lycéennes participant à l'action, elles ont ensuite été rejointes par des comptes à la visibilité et aux enjeux plus grands. Ce cheminement accrédite la transformation du #lundi14septembre comme une *trend*. Reprenant la terminologie d'Odin, nous avons constaté que cette tendance était un espace de communication dans lequel les producteurs et les lecteurs produisent du sens sur le même axe et qu'ils partagent des codes communs (outre ceux de la plateforme). De ce fait, nous sommes faces à un mode de lecture fictionnalisant, tel qu'Odin en fait sa seconde approche, le mode fictionnalisant retour (2011 : 58). Autour du #lundi14septembre se construit une

diégèse, avec un discours dominant et des protagonistes (des sujets et des opposants). Les internautes participant à ce mouvement investissent du sens et créent autour une histoire, un capital symbolique, faisant se mêler fiction et réel. Fiction car des individus se mettent en scène pour profiter du capital visibilité du hashtag, réel car d'autres se sentent réellement investis dans la revendication du mouvement. Cela donne à voir un espace disparate, où la production et la lecture ne sont pas similaire pour tous, donnant des quêtes, notamment de reconnaissance, déséquilibrées.

Dans le chapitre précédent, la notion de reproduction a été développée. Continuant avec une vision bourdieusienne de la société, la notion d'espace social va venir nous aider à comprendre la reconnaissance déséquilibrée à laquelle nous avons fait face. Il s'agit d'un « *espace structuré en fonction des distances sociales qui séparent les agents* » (Jourdain et Naulin, 2019 : 100). Ceux-ci vont être situés dans ces espaces en fonction de leurs capitaux. Ce que nous nommerons l'espace social numérique n'est pas figé (tout comme l'espace social de Bourdieu) car les individus ont un certain degré de mobilité en son sein. En effet, le volume et de la structure des capitaux des individus peuvent évoluer. Comme nous l'avons vu<sup>121</sup>, les sujets étudiés en ont conscience et vont tenter d'influer dessus à travers différentes stratégies. Leurs capitaux pourront alors croître ou décroître. Il est également nécessaire, pour notre étude, de localiser (« géographiquement » aurait dit Bourdieu) numériquement l'espace. Nous traitons de TikTok et proposons une structuration de cet espace. Une personne faisant partie de ce que nous appellerons la classe dominante sur TikTok (pour reprendre les trois grandes classes de Bourdieu) n'est pas forcément de la même classe sur un autre RSN, où les codes seront potentiellement différents. De même, faire partir de la classe dominante sur TikTok ne signifie pas faire partie de la classe dominante dans l'espace social. Nous sommes ici face à un champ (Bourdieu, 1966), renvoyant à une sphère de la vie sociale. Chaque champ possède ses propres règles définissant les mécanismes légitimes d'acquisition et de conservation des capitaux spécifiques du champ. Prenons l'exemple de 1mélancolie (entretien 5) pour illustrer notre propos. Elle a une communauté de 58 400 abonnés sur TikTok et explique « *J'ai commencé à être certifié en 2018 par Musicaly et à avoir pas mal d'abonnés sur l'année 2019. J'ai été certifié, j'avais 20 000 abonnés je crois ce qui est rien du tout comparé à aujourd'hui quand on regarde de gros influenceurs qui ont plus de 300k et qui sont même pas certifié* »,

---

<sup>121</sup> Voir Chapitre 5 S'exposer sur TikTok, se mettre en scène : nouvelles formes d'expertise (p 125).

démontrant bien que la visibilité et la reconnaissance dépendent du champ. Partant du principe que le champ numérique, de par sa disparité, ne peut être singulier, nous focalisons notre réflexion sur le champ TikTok. La certification, donnée par le RSN, est un signe donné aux internautes qu'un profil est authentique, légitime et crédible. C'est une forme de reconnaissance donnée par la plateforme, qui pourra aussi impacter la reconnaissance des autres. Imélancolie (entretien 5) est dans une démarche d'augmentation de sa communauté « *C'est depuis peu que je cherche à entretenir régulièrement mon compte en postant plus souvent et plusieurs fois par semaine. Et oui je cherche à l'agrandir mais c'est difficile ahah* ». Pour monter dans l'échelle sociale de TikTok, elle essaie « *de poster tous les jours ou tous les deux jours si je peux et si les trend me plaisent et me correspondent. Je fais pas des trends juste pour poster et percer [...] si je la fait c'est que je me sens concernée ou qu'elle me plait. Ça arrive qu'il y ait des périodes où aucune trend ne me plaise et du coup je ne poste pas. Sinon j'essaie de faire des lives Makeup quand je suis avec ma meilleure amie ou on parle de tout et de rien et les lives rapportent très souvent de nouveaux abonnés beaucoup plus que des vidéos TikTok* ». On remarque dans son propos une connaissance des codes TikTok et la volonté de reprendre ce qui fonctionne. Malgré ses efforts, sa communauté peine à s'agrandir : de 58 400 abonnés en 2021, elle est passée à 71 300 abonnés à l'été 2024, soit 12 900 de plus. Sa participation au #lundi14septembre était uniquement numérique, comme le démontre la description d'une de ses vidéos (la 19) « *Je ne pourrais malheureusement pas participer à ce mouvement mais je suis entièrement avec vous les girls 🍷#lundi14septembre #sexism #stopsexism* ». Même si la *trend* lui plaisait et qu'elle était en accord avec le message, on peut imaginer qu'elle y a participé afin de profiter de la visibilité et du référencement du hashtag. Dans sa vidéo ayant le taux d'engagement le plus grand (125, 7 % contre 86, 2 %), elle expose sa tenue à travers dix plans en quinze secondes, donnant du dynamisme à son contenu. Elle alterne les types de plans (moyen, rapproché, américain et gros), se mettant en scène dans différentes positions que l'on pourrait qualifier de sexualisantes : elle fait un gros plan sur ses hanches, ses fesses, sa poitrine, elle pose jambes écartées avec une jupe courte et finit en faisant un doigt d'honneur. Elle mobilise également un des audios les plus utilisés dans le cadre de ce mouvement<sup>122</sup>, la chanson Anaconda de Nicki Minaj, elle aussi avec une connotation sexuelle. Enfin, bien que bi-sexuelle, elle correspond aux critères de féminité hégémonique : blanche, mince, jeune.

---

<sup>122</sup> Voir 5.3 Acquérir une expertise de plateforme, les codes sociaux et techniques sur TikTok (p 152)

Son orientation sexuelle a également été exposée sur ces RSN, lui permettant d'acquérir de la visibilité. Interrogée sur la façon dont elle a eu sa communauté, elle explique « *c'est arrivé par hasard ahah à l'époque j'étais Lesbienne et je savais le faire voir dans mes TikTok et ça s'est ressenti dans mes abonnés 'une lesbienne qui se montre et qui parle d'elle avec fierté sur les réseaux' bah ça plait. Puis quand je me suis mis en couple avec mon copain j'ai eu une baisse dans mes abonnés... c'est comme ça sur TikTok, la communauté LGBT fonctionne très bien et perce beaucoup* ». Elle mobilise également des hashtags de visibilité pour être prise dans le référencement de l'algorithme de la plateforme « *Ça doit changé! #lundi14septembre #sexism #stopsexism #fyp #foryou #pourtoi* ».

Imélancolie est l'exemple type de l'individu de la classe moyenne numérique de notre espace de communication : elle connaît et maîtrise les codes de la plateforme et, plus spécifiquement du mouvement. En effet, elle mobilise une rhétorique émancipatoire et libératrice au sein de sa première vidéo « *Pour ce lundi 14 septembre. Soyez libres. Soyez beaux. Soyez vous-même. Personne n'a le droit de vous l'interdire. Ça doit changé!* » puis une rhétorique de soutien dans la description de sa seconde vidéo, comme cité juste avant. Elle maîtrise les codes et cherche à passer dans la classe supérieure, accréditant l'espace social comme un espace de luttes selon Bourdieu. En résumé, la classe moyenne numérique mobilise des stratégies pour gagner en visibilité, elle maîtrise les codes techniques et reprend les codes de la classe dominante numérique.

Au sein de celle-ci, nous pouvons citer mariarebeccasirianni (vidéo 3, 27 et 51), dont nous avons déjà parlé dans cette thèse. Pour rappel, sa première vidéo (la 3), la plus visible avec le meilleur taux d'engagement des vidéos issues de comptes de macro-influence<sup>123</sup> (89, 2 %) la met en scène se rendant au lycée avec un *crop top* et questionne quant à la possibilité de rentrer ou non avec cette tenue alors qu'elle a dit lors de l'entretien que son lycée n'avait pas de règles spécifiques concernant ces vêtements. La mise en scène était donc marquée et s'est poursuivie dans sa deuxième vidéo (la 27) dans laquelle elle répond à un commentaire lui demandant la suite de l'histoire « *le peuple demande l'update ☺* ». Avec une vidéo de treize secondes coupée en sept plans, elle répond « *Heyyy. Alors l'update. [Bruit de boisson forcé] Je suis rentrée en cours sans aucun problème. Personne ne m'a rien dit. Je crois qu'ils n'ont même pas fait attention. Enfin bref, cool !* ». Elle joue ces émotions à travers des mimiques accentuées et mobilise également des zooms pour ces transitions. Cette scénarisation forte

---

<sup>123</sup> Voir figure 22 (p 61).

peut s'expliquer par le fait que sa première vidéo (la 51), postée la veille de l'action, ait eu un taux d'engagement bas (3 %) avec 9 356 likes et 216 commentaires. En engageant à la fois un échange avec sa communauté mais aussi en proposant un véritable *storytelling* autour d'elle, elle a pu agir sur sa visibilité.

Avec 255 600 abonnés en 2021 (286 800 en 2024), elle se positionne dans la catégorie de la macro-influence. Le fait que nous la catégorisons comme représentation de la classe dominante numérique s'explique par plusieurs facteurs. Tout d'abord, elle affiche un certain détachement, laissant croire qu'elle n'a « rien fait de spécial » pour acquérir cette visibilité « *Je l'ai pas forcément cherché [à avoir une communauté], j'ai toujours espéré en avoir une un jour et quand c'est arrivé j'ai pas vraiment cherché à l'avoir. Au début j'avais un super rapport avec ma communauté, je leur donne des conseils sur plein de sujet. Mais malheureusement avec le temps bah j'ai un peu abandonné mes réseaux pour pleins de raisons personnelles. Et j'arrive pas vraiment à reprendre comme avant. Donc là j'ai plus vraiment une relation avec mes abonnés* ». De cette façon, elle vient consolider le mythe autour de la « facilité » de réussir sur TikTok<sup>124</sup> et perpétuer cette image de l'application comme un ascenseur social. En résumé, la classe dominante numérique, sous couvert de facilité et d'une forme de nonchalance, se met beaucoup en scène, elle maîtrise les outils du RSN, ses codes communicationnels et techniques. Mais, contrairement à la classe moyenne numérique qui va reprendre massivement les tendances, la classe dominante numérique va être dans une recherche de singularité, proposant un contenu collant aux attendus mais avec un ou des éléments de différenciation.

Enfin, nous avons la classe populaire numérique. Populaire n'est pas à attendre au sens d'une certaine précarité subie mais plutôt à un engagement moins grand (ou moins maîtrisé) des RSN. Prenons tout d'abord l'exemple de elsa-tlsp (entretien 6) pour exemplifier notre propos. Même si elle poste sur TikTok, elle n'a pas pour objectif de bénéficier d'une grande visibilité, « *c'est vraiment quand j'ai envie je fais une vidéo, si ça perce ça perce mais si cela ne perce pas bah je suis quand même contente d'avoir posté mon truc !* ». Sa vidéo du #lundi14septembre a été faite car elle appréciait le mouvement « *c'était mais en mode de 'tout le monde s'habille comme on veut' voilà et du coup on s'est dit, vu que tout le lycée on savait allait le faire, bah on va faire une vidéo, on va voir et pis voilà* ». Elle ne sait pas si « *c'était vraiment pris au sérieux* » et explique ne pas avoir fait ça « *en mode on va faire*

---

<sup>124</sup> Voir 1.3 Présentation du cas d'étude, TikTok (p 33)

*cette vidéo pour que la vidéo fasse des vues* ». Elle ne se préoccupe pas non plus d'avoir une grande communauté « *Alors pas du tout ! Il y a certaines vidéos qui ont fait un peu plus de vues que les autres, mais c'est principalement mes potes, après s'il y a des gens qui s'abonnent, tant mieux mais je ne vais pas me mettre dans un truc en mode pour faire des vidéos pour les autres ou je ne sais pas quoi* ». En 2021, elle avait 4 565 abonnés.

La vidéo ressemble à un petit reportage, commençant par un plan de demi-ensemble sur son lycée et ensuite sont exposés les témoignages des lycéennes ayant eu des remarques sur leurs tenues. Pourtant, elsa-tlsp est à peine visible sur sa vidéo : sur les 48 secondes, on ne voit son visage que dans le deuxième plan durant tout juste une seconde, traduisant une forme de pudeur quant à l'exposition de soi. Étudié en 2022, son compte TikTok ne recensait que trente-sept vidéos postées en deux ans.

Une seconde lycéenne interviewée (Anonyme 1 – entretien 4) accrédite la particularité pour la classe d'exposer une forme de timidité. Nous mobilisons le terme « forme » car, par essence, s'exposer sur un RSN de façon frontale va à l'encontre de ce qu'une personne vraiment timide ferait (elle se tournerait davantage vers la mobilisation d'un pseudonyme pour s'incarner dans un monde virtuel<sup>125</sup>). De par son souhait de rester anonyme, elle expose déjà de la réserve. De même, ses réponses n'étaient que peu développées<sup>126</sup>, bien qu'elle fût majeure lors de l'entretien. Elle ne fait pas particulièrement attention à la mise en scène ou à sa tenue lorsqu'elle publie une vidéo « *Non pas vraiment* » et ne mobilise pas énormément de temps pour la créer « *Franchement je poste une vidéo dès que j'ai une idée, je peux prendre quinze vingt minutes pour la vidéo, c'est tout* ». L'audio qu'elle a utilisé pour sa vidéo est la chanson *Put Your Records On* de Ritt Momney, mobilisée douze fois dans notre corpus, ce qui en fait la musique la plus récurrente. Interrogée sur la raison de ce choix musical, elle répond « *Je me suis dit que la musique allait bien avec ce que je voulais dégager mais en même temps il ne fallait pas une musique trop axée sur cela aussi. J'ai pris ça un peu au hasard* ». Tout comme elsa-tlsp, elle ne cherche pas à accroître sa communauté. Contrairement aux rapports entre les classes moyenne et dominante numériques, la classe populaire étudiée n'entend pas lutter pour accéder à une position davantage dominante.

En résumé, la classe populaire numérique bénéficie d'une visibilité éphémère aléatoire lors de la participation à une *trend*. Il s'agit plus d'un usage des RSN purement récréatif, qui

---

<sup>125</sup> Voir figure 4 (p 25)

<sup>126</sup> Voir annexe 7.4 (p 321)

n’empiète pas trop sur la vie réelle, où les codes généraux sont globalement compris de façon inconsciente et remobilisé, parfois maladroitement, par la suite.

<b>Classe populaire numérique</b>	<b>Classe moyenne numérique</b>	<b>Classe dominante numérique</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Visibilité éphémère liée à une <i>trend</i></li> <li>• Communauté de moins de 20 000 abonnés</li> <li>• Mise en scène de soi peu marquée (forme de timidité)</li> <li>• Peu de temps investi</li> <li>• Outils mobilisés maladroitement</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mise en scène de soi prononcée</li> <li>• Reprise des codes dominants</li> <li>• Communauté entre 20 000 et 100 000 abonnés</li> <li>• Mobilisation d’outils de visibilité de la plateforme (<i>trend</i>, musique, hashtag, <i>etc.</i>)</li> <li>• Maîtrise les codes techniques</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mise en scène prononcée (mais cachée)</li> <li>• Communauté d’au moins 100 000 abonnés</li> <li>• Facilité apparente</li> <li>• Maîtrise des outils, des codes communicationnels et techniques</li> <li>• Recherche d’une forme de singularité</li> </ul>

Figure 75 - Tableau récapitulatif structuration de l’espace de communication du #lundi14septembre

Une classe sociale se caractérise par un volume et une structure de capitaux qui lui sont propres. Dans notre proposition d’un espace social numérique, nous prenons comme principale variable le capital social numérique de l’agent. Néanmoins nous gardons à l’esprit qu’il ne s’agit que d’une proposition pour mieux comprendre notre terrain d’étude et le déséquilibre sur les enjeux en son sein. Il conviendra, à l’avenir, d’approfondir et de vérifier cette grille de lecture sur d’autres terrains. De même, la nuance faite entre un espace de luttes non omniscient mérite d’être davantage investiguée.

Au cours de ce chapitre, nous avons questionné la quête de reconnaissance au sein du #lundi14septembre. Celle-ci était principalement une quête d’estime sociale. En creusant davantage, nous avons constaté une forme de reconnaissance déséquilibrée, à travers une comparaison perçue comme latérale alors qu’elle était verticale. Mobilisant à la fois la notion

d'espace de communication de Roger Odin et celle d'espace social de Pierre Bourdieu, nous avons proposé une structuration de l'espace de communication étudié (le #lundi14septembre) au sein de ce que nous avons appelé « l'espace social numérique ». Toutefois, les RSN, avec une horizontalité, certes en partie illusoire, laissent transparaître la création de collectifs transversaux. Le cas du #lundi14septembre, loin d'être une nouveauté, expose des mécanismes de regroupement anciens, objet du prochain chapitre.



## Chapitre 8

### Réappropriation de collectifs ancestraux

Au sein d'un système de reproduction sociale les dépassant, les jeunes du #lundi14septembre s'ancrent dans une quête de reconnaissance auprès de leurs pairs. Néanmoins, au cours du chapitre précédent, l'illusion de celle-ci s'est effondrée en présentant le fonctionnement et l'organisation de cet espace de communication numérique régit par des codes.

Cette hiérarchisation imprègne certes les différents enjeux derrière un appel à la mobilisation mais elle n'est pas exempte de tout collectif. Ce chapitre a pour vocation de démontrer que, malgré des différences entre classes sociales numériques, des collectifs transversaux apparaissent à travers l'usage du « nous ». Ceux-ci peuvent prendre la forme de rupture générationnelle, où les plus jeunes cherchent à se démarquer, à s'émanciper des plus adultes, leur vision étant ressentie comme plus moderne et plus actuelle, face à des idéologies vieillissantes et dépassées. Outre l'âge, le genre peut également être une base de construction de ces collectifs, que nous présenterons à travers ce que nous appelons les nouvelles sororités. La prégnance de ces deux groupes traduit un besoin d'appartenance au sein d'une société individualisée et individuée.

#### 8.1 Poursuivre une quête

Comme nous l'avons vu lors du premier chapitre de cette thèse, Hannah Arendt (1958) voit l'époque moderne comme une époque d'aliénation au sein de laquelle l'action, au sens politique et commun, a été perdue. Alexis de Tocqueville, lui, redoutait des individus empreints de peur, avides de protection et de consommation, qui renonceraient à s'engager (Besnier, 2010). Ainsi, avec la crainte de perdre des acquis confortables, les individus évitent de s'exposer à des risques. Pour le #lundi14septembre, la crainte de la stigmatisation, mobilisant les ressorts sociaux de déstabilisation, de marginalisation et d'exclusion, va encourager les lycéennes à rester dans le rang. Elles sont alors en prise avec des sentiments de peur, les empêchant de se mobiliser. Dans le cadre de notre étude, nous avons constaté deux sources, en fonction de l'instance responsable de la crainte : d'un côté l'établissement

scolaire, de l'autre le cercle familial. La peur incarnée par les responsables de l'établissement scolaire va passer notamment par la crainte d'être stigmatisées<sup>127</sup> et d'être pointées du doigt à une époque de leur vie où elles aspirent à s'intégrer dans un groupe. Au sein des commentaires de plusieurs vidéos est ressortie cette peur incarnée par le personnel de l'établissement scolaire « *Mais j'ai trop peur pour mon collègue il vont m'engeuler* », « *J'ai justr peur parce que je me suis pris déjà 20 remarque de la cpe* », « *comment dire que... , si je fais sa je vais me faire heuuuu voilà quoi 😊😊* », « *Mais on doit le faire même dans notre collège/lycée ? La meuf du CPE va m'engueler* », « *Mon collègue m'exclue si je remets un top 😊* ». Le terme « peur » en lui-même revient plusieurs fois. L'image sociale est l'acquis que les lycéennes craignent de perdre en se mobilisant.

Le cercle familial va également apparaître comme une entrave à la liberté vestimentaire des lycéennes. De nombreux commentaires évoquent la non-possibilité de participer à l'action à cause d'un membre proche de leur famille (voir figure 76).

62		lucie_tomlinson	Lu (Zayn's version)	13/09/20 15:26:08	0	j'aimerais vrm mais ma mère me dira non a tous les coups (j'veis essayer hein)
83		<a href="#">leslie_jrd</a>	leslie_jrd	13/09/20 15:33:48	0	J'aimera trop l'faire mais mon pere ma decouper tout les crop trop que j'ai acheter.....
110		<a href="#">miiam</a>	Miriam 📱	13/09/20 15:45:11	0	moi je veux bien mis ma mère....
115		<a href="#">lilivre19</a>	Rêveuse ☁	13/09/20 15:47:22	0	Et puis ya moi qui a aucun crop top psq ma mère veut pas.. elle trouve ça trop vulgaire, votre lycée c ma maison enft j'ai pas le droit de porter
241		<a href="#">mvng28</a>	M	13/09/20 16:32:21	1	@sabinadv j'ai envie, mais j'ai des parents
	241-1	<a href="#">_sbr.dvs</a>	Crnbabn	13/09/20 16:33:05	1	j'ai envie , mais j'ai un frère
362		<a href="#">09h99</a>	?	13/09/20 18:09:37	0	Ma mère veut pas..
378		<a href="#">eva_lrst</a>	Eva_lry	13/09/20 18:37:50	0	Moi je pourrais pas le faire parce que ma mère veut pas 😊😊
383		<a href="#">mange_mon_pain...eren</a>	Aminata	13/09/20 18:48:20	0	j'aimerais mais ma mère voudrait jamais..
396		<a href="#">nononi495</a>	Nolan Onillon	13/09/20 19:09:11	0	Moi ma mère m'interdit de mettre un bandana car elle trouve sa trop rebelle pour les profs 😊. Et je suis garçon ?

Figure 76 - Extrait commentaires vidéo 11

<sup>127</sup> Voir 3.2 Se revendiquer en se réappropriant (p 77).

Ici va s'activer tout un imaginaire autour des risques pris en se mobilisant. L'autorité parentale se traduira à travers les punitions que l'on peut imaginer que les lycéennes encourent. Cela peut être une privation partielle ou totale de sortie (peur de perdre sa vie sociale amicale et amoureuse) ou une privation de biens matériels (smartphone, tablettes, argent de poche, *etc.*). Ainsi les craintes évoquées par Alexis de Tocqueville, vues précédemment, semblent se réaliser : la jouissance du quotidien est plus importante que de s'engager avec ses pairs. Il faut toutefois rappeler que nous sommes face à une relation de domination verticale. Celle-ci est hiérarchique et asymétrique entre les sujets, car l'un a la possibilité d'influer de façon déterminante une ou des actions de l'autre (Garcia, 2018). Le parent ou le représentant du lycée, de par son pouvoir hiérarchique accordé par une organisation sociale (le parent sur l'enfant, le professeur sur l'élève), va impacter la lycéenne : elle choisira sa tenue en fonction de ce que l'on attend d'elle à travers les règles qu'on lui impose. Néanmoins, nous ne souscrivons pas à une vision alarmiste d'une société d'individus égoïstes et attachés à son confort. D'une part, rappelons qu'il s'agit en majorité de personnes mineures, qui n'ont pas ou peu entamé leur processus d'autonomisation. D'autre part, des commentaires vont à l'encontre de cette vision. En effet, la peur, bien que récurrente, n'est pas un sentiment transversal à toutes les lycéennes. D'abord, certaines ont un établissement acceptant ce genre de tenue et des parents peuvent être d'accord, comme a\_lctr qui commente sous la vidéo 3 « *Moi perso mes parents me laisse pas partir comme ça donc nsm* » ou encore userrzz5280mji, sous la vidéo 8, « *MA MERE A DIT OUIII 😬😬😬😬😬* ». Puis, cette rupture entre les jeunes et les adultes peut être perçue comme un ressort de distraction « *Je vais tellement rire qd je vais voir la tête (des surveillants,directeur/directrice) 😊😊* » (commentaire de its\_dinsss sous la vidéo 11).



Figure 77 - Captures d'écran vidéo 18 et 28

Dans 17 % des vidéos étudiées, cette fracture générationnelle est mise en scène. Les CPE, genrées principalement au féminin, vont être imitées, parodiées, moquées (voir figure 77). Comme nous l'avons vu précédemment<sup>128</sup>, faire rire est un facteur de prestige social entre pairs : se moquer ensemble des adultes qui ne comprennent pas, qui sont dépassés par les nouvelles générations (voir figure 78).

Vidéo 3					
171	<a href="#">user257193939273</a>	.	14/09/20 15:14:27	0	LA CPE EN SUEURE 😂😂😂
Vidéo 12					
197	<a href="#">.liseeee1</a>	lise	13/09/20 21:55:12	0	Ils vont faire une crise cardiaque les cpe 😂
Vidéo 17					

<sup>128</sup> Voir 5.2 Laisser des traces (p 141)

300	qt._.patate._	Ohayo 🙌 🐾	14/09/20 04:24:31	5	Toutes les cpe aujourd'hui : je compte le donné la mort dans les plus brefs délais 😊
-----	---------------	--------------	----------------------	---	--

Figure 78 - Extraits commentaires vidéos 3, 12 et 17

Comme le rappelle Sylvie Octobre, « *chaque génération est engendrée dans un climat particulier, climat démographique, éducatif, économique, social mais aussi culturel et esprit du temps* » (2014 : 19). Ainsi, les lycéennes du #lundi14septembre s'inscrivent dans une génération avec ses particularités : elles ont grandi avec le web 2.0 et les RSN, elles ont baigné dans une numérisation croissante et dans une individualisation des pratiques. Alors qu'elles étaient au collège, rentraient dans l'adolescence et commençaient leur construction hors du cercle familial, elles ont été imprégnées d'un climat de recrudescence médiatique du féminisme<sup>129</sup>. Sylvie Octobre (2014) évoque plusieurs mutations qui viennent impacter les nouvelles générations : les mutations de conditions de socialisation primaires et secondaires, les mutations sociodémographiques, les mutations idéologiques ou encore les mutations culturelles, avec notamment la montée des cultures jeunes et la forte croissance des industries culturelles de masse et numériques. Tout autant de facteurs qui vont venir renforcer la rupture générationnelle. Déjà en 1998, Louis Chauvel distingue sept fractures générationnelles.

Tout d'abord, il évoque une nouvelle répartition du pouvoir d'achat avec un écart de revenus entre les plus âgés et les plus jeunes qui ne cessent de s'accroître. Les jeunes, déjà à l'aube des années 2000, ne bénéficiaient plus de la croissance économique. Toutefois ils sont davantage qualifiés que leurs aînés, sans pour autant avoir accès à la même dynamique d'emploi. La troisième fracture vient d'un effet de rémanence, avec entre autres, le chômage qui impacte encore le rapport au travail. Le mythe de l'ascenseur social ne cesse de s'amenuiser. Selon Chauvel, les générations nées après-guerre ont pu bénéficier de cet ascenseur tandis que les générations qui suivent intériorisent l'idée d'échec à un niveau personnel (alors qu'est en cause un basculement générationnel qui est lié à des causes structurelles). Le baccalauréat a vu sa valeur divisée par deux « *en termes de probabilités d'accès aux classes moyennes ou supérieures du salariat par rapport à ce que les générations antérieures avaient connu* » (Chauvel, 2010 : 12). Puis, le monde se

---

<sup>129</sup> Voir 3.3 L'imprégnation des thématiques sociales, le féminisme comme modèle (p 83)

complexifie. A la fin du XXème siècle, le risque de guerre s'éloignait mais revenait sous forme de terrorisme, apportant des nouvelles préoccupations en plus du travail et du chômage. La sixième fracture est la transmission politique avec le vieillissement des représentants politiques (le nombre de députés de moins de 45 ans a été divisé par deux entre les années 1980 et 2000, en 2023 la moyenne d'âge était de 50,3 ans<sup>130</sup>). Ils sont alors moins représentatifs de la jeunesse. Enfin, la dernière fracture est celle de la crise du modèle social de solidarité intergénérationnelle. Celle-ci était caractéristique du modèle social de l'après-guerre et depuis, nombreux sont les débats autour des réformes des régimes de retraites (encore en 2024).

Chauvel énumère donc sept fractures : la répartition du pouvoir d'achat, l'augmentation du niveau de qualification, un effet de rémanence, le basculement générationnel de l'ascenseur social, la complexité du monde, la transmission politique et la crise du modèle social de solidarité intergénérationnelle.

A l'occasion de la réédition de son ouvrage en 2010, il complète son propos. Il réfute totalement cette idée d'une jeunesse vue comme étant une période heureuse, libérée des contraintes. La jeunesse a de nouveau peur de la guerre. D'après une étude du Cevipof et de l'Institut de recherche stratégique de l'école militaire (IRSEM) publiée en avril 2024 sur « *Les jeunes et la guerre, représentations et dispositions à l'engagement* », même si la guerre n'arrive pas en principale thématique de préoccupation (place tenue par le réchauffement climatique), elle reste présente dans les esprits avec, en principale cause, le conflit Ukraine-Russie, dont ils sont 73 % à se dire inquiets de la possibilité d'une extension de la guerre. Les lycéennes de notre étude étaient dans un contexte pré-guerre mais la jeunesse était empreinte de peur, que ce soit lié au terrorisme (avec l'année 2015 notamment) ou à la pandémie de la Covid-19 (la peur d'une nouvelle pandémie dans les années à venir s'élève à 63 %, selon la même étude).

Tous ces éléments vont avoir une influence sur le contexte dans lequel évolue l'individu et construiront sa grille de lecture du monde. Celle-ci pourra alors être différente de celle de ses aînés (ou des générations suivantes). Une dimension du #lundi14septembre s'appuie sur cette rupture de compréhension entre les générations. Un enfant, en grandissant, cherche à se construire hors du cercle familial, il teste et expérimente en s'opposant aux codes auxquels

---

<sup>130</sup> Statista, consulté le 27 juin 2024 <https://fr.statista.com/statistiques/718785/age-moyen-deputes-assemblee-nationale-groupe-politique-france/>

il a été éduqué. Il marque sa singularité en se détachant de sa famille et en allant chercher l'approbation auprès d'autres collectifs, dans un monde et un contexte différents de celui de ses parents. Ainsi, le sens investi dans la mobilisation peut également aller chercher vers le besoin d'appartenance théorisé par Maslow (1956 : 64) « *Les groupes de jeunes contestataires [...] sont motivés par un besoin profond de sentiments collectifs, de contact, de camaraderie réelle face à un ennemi commun, n'importe quel ennemi, tant qu'il crée la concorde dans un groupe simplement par le fait qu'il représente une menace externe* ». Cette réflexion nous renvoie à une binarité rappelant le schéma actanciel de Greimas (1966), dans lequel le sujet mène une quête où il devra faire face à un opposant. Les lycéennes sont les sujets (autrement dit, les héroïnes), symbolisant le bien. Leur objet est le choix de leurs vêtements (elles ont pour objectif de pouvoir venir au lycée habillées de la façon qu'elles souhaitent) et leur quête sera tout le périple de mener une revendication sociale. En face d'elles, leurs premiers opposants sont les CPE, symbolisant le mal, des lycées qui excluent les lycéennes en raison de leur tenue, les stigmatisent, les empêchent d'accéder à l'éducation et qui font preuve de sexisme. Se dessine alors un clivage ancestral mettant en jeu la notion de moralité : le bien et le mal. Ceux-ci s'opposent et mettent des limites ainsi que des repères aux actions, aux pensées et aux perceptions. Le bien mène au bonheur et le mal au malheur. Les visions sont généralement très normatives et approximatives (en faisant appel au bon sens de chacun, celui-ci varie donc d'une personne à l'autre) au bien et au mal. En effet, si on quitte ce positionnement et qu'on bascule de l'autre côté, alors le schéma s'inverse ainsi que les perceptions de bien et de mal (pour les CPE, il y a les tenues appropriées ou non pour le lycée, il ne faut pas que les lycéennes se sexualisent, etc.).

Cette binarité entre le bien et le mal va rompre le dialogue entre les lycéennes qui revendiquent le droit à porter des *crop tops* et les adultes (parents ou personnels des établissements). Cette rupture de la discussion, et donc de réponse à la revendication, apparaît car chacun a sa propre vision du bien et du mal. Du point de vue des lycéennes, les personnels des établissements scolaires sont les fautifs et incarnent une forme d'oppression. Ce que vient expliquer Mélanie (entretien 5) « [...] *La réalité des CPE qui sont souvent les bêtes noires des interdictions des crop top et l'autre c'était surtout pour donner du courage et de montrer qu'on vas pas se laisser faire que c'est eux qui pensent mal et pas les filles qui mettent des crop top. Cette trend était d'abord un message pour toutes les filles qui reçoivent des remarques déplacées vis à vis de leur tenue dans les établissements scolaires quand il fait chaud* » ou encore romane.rz (vidéo 4) « *Cette trend était d'abord un message*

*pour toutes les filles qui reçoivent des remarques déplacées vis à vis de leur tenue dans les établissements scolaires » (entretien 2).*

Va alors venir s'ancrer davantage la distinction entre la « bonne féminité » et la « féminité hérétique »<sup>131</sup>, rappelant le mythe de la mère et de la putain (aussi appelé mythe de la vierge et de la putain) qui va venir diviser les femmes. D'une part, il y a une femme pure et digne de confiance, celle que l'on épouse, celle acceptée socialement, celle qui donne l'honneur et qui enfante. D'autre part, il y a la femme qui en fait trop ou pas assez, celle qui va renvoyer au « ça » freudien (quand la première va plutôt faire appel au « surmoi »). C'est celle qui se laisse tenter, celle qui tente, celle que l'on assimile au diable pour revenir dans cet aspect religieux de cette dichotomie. Lilith et Eve en sont les représentations religieuses. Cette façon de penser va alors créer une rivalité entre les femmes pour trouver leur place dans la société et donc les désunir. Elles ne se comprendront pas, tout comme le héros ne comprend pas son antagoniste et inversement et cela découlera sur une rivalité voire même une lutte.

Cette quête rappelant des schémas narratifs binaires vient conforter ces fractures générationnelles. Les grilles de lecture du monde sont différentes, les contextes socio-économiques sont différents, le quotidien et les droits sont différents. Tout autant d'éléments qui vont accentuer le manque de compréhension et la rupture du dialogue avec des individus aux pensées différentes<sup>132</sup>.

Pourtant, la rupture entre générations n'est pas chose récente, des chercheurs ont travaillé dessus depuis la fin du siècle dernier (Legris et Lollivier, 1996, Baudelot et Gollac, 1997, Chauvel, 1998). La démarche des jeunes du #lundi14septembre de se rebeller contre les contraintes des adultes n'a rien d'inédit, si ce n'est qu'elle prend une forme plus actuelle, avec des nouveaux outils (TikTok) et des nouveaux enjeux (visibilité, reconnaissance, exposition de soi). Même la thématique sous-jacente, le corps des femmes, n'est pas nouvelle. Ainsi, en plus de ce collectif générationnel, se crée un autre rassemblement, celui de jeunes femmes avec des idéologies sororales.

---

<sup>131</sup> Voir 3.2 Se revendiquer en se réappropriant (p 77).

<sup>132</sup> Voir Chapitre 9 Pour une compréhension de ces nouveaux espaces (p 237).



## 8.2 Les dynamiques des nouvelles sororités

La quatrième vague féministe (à partir des années 2010) propose des discours rappelant le principe de sororité. Josiane Jouët traite de la toile féministe qui, dit-elle, « *est composée de quantités d'espace numériques plus ou moins imprégnés par la fibre militante [...] et comprend également une myriade d'espaces personnels exprimant des points de vue subjectifs sur la cause des femmes* » (2022 : 85). Ces différences ne divisent pas toujours et parfois des thématiques transversales peuvent regrouper les femmes, d'où qu'elles soient. A échelle internationale, la place et l'implication des femmes venant des pays du Sud (c'est-à-dire les pays moins avancés - PMA) ne cessent de croître. Internet a facilité cette évolution en mettant en relation des femmes du monde entier. Il devient alors plus facile pour les femmes des PMA de s'allier à des mouvements féministes occidentaux ou de créer un mouvement et des actions mondiales. Ainsi, elles peuvent attirer la lumière sur leurs problématiques spécifiques et également mener leurs propres actions. Celles-ci pourront alors avoir une visibilité mondiale grâce à cette mise en réseau permise par les outils numériques de la quatrième vague. Par exemple, en décembre 2019, le collectif féministe chilien *Las Tesis* a mené une action dans les rues du Chili : des femmes, parfois les yeux bandés, dansaient sur un rythme saccadé, avec des doigts pointés accusateurs en chantant un hymne, que l'on peut traduire en français par « Le violeur c'est toi ». Ce fut ensuite repris dans le monde entier : Argentine, Belgique, Espagne, France, Mexique, *etc.*

Cet exemple illustre cette dimension sororale dans le féminisme actuel : les femmes du monde entier seraient unies grâce à un point commun, celui d'être une femme, quels que soient leurs classes, leurs âges ou leurs couleurs de peau (Mannooretonil, 2021). Tout en gardant à l'esprit l'utopisme de cette pensée, nous ne la réfuterons pas totalement. Les femmes n'ont pas le même accès aux droits, néanmoins il est envisageable d'accréditer une forme de sororité mondiale quant à l'émotionnel : des événements peuvent émouvoir des individus. Par exemple, 24 juin 2022, aux Etats-Unis, l'arrêt *Roe v. Wade*, qui garantissait l'IVG par la Constitution américaine *via* le respect de la vie privée depuis 1973, est abrogé. Dès lors, des milliers de femmes (mais aussi d'hommes) à travers le monde expriment leur désaccord avec cette décision sur les RSN, en mobilisant la figure du cintre dans leurs publications. Ce cheminement de publicisation n'est pas sans rappeler le mouvement *MeToo* : à la suite de l'affaire Weinstein en 2017, des millions de personnes à travers le

monde ont apporté leur témoignage, notamment sur X, avec plus de trente millions de *tweets*<sup>133</sup> (sans compter les *retweets*), permettant au mouvement d’avoir un impact mondial. Evidemment, nous sommes ici face à une sororité des femmes des pays du nord. Le #lundi14septembre fait appel à cette solidarité entre lycéennes, à cette sororité. Dans la rhétorique mobilisée au sein des éléments sémantiques inscrits dans les vidéos se dégage une forme d’incitation commune à l’action, rappelant la technique marketing *call to action*<sup>134</sup>, mobilisée régulièrement dans le militantisme pour inciter les personnes à s’engager.

Vidéo 1	<i>"Les filles prêtes pour le lundi 14 septembre ? ;) Enfilez votre meilleur crop top et votre jupe et allons changer les choses ensemble Solidarité féminine"</i>
Vidéo 8	<i>"un mouvement disant que lundi14septembre, toutes les filles devront s'habiller de façon 'provocante' pour cesser les remarques sexiste! Sortez vos meilleurs outfit en plus il va faire chaud!"</i>
Vidéo 11	<i>"Soutenons nous ! Que ça fasse évoluer les choses, il est temps !"</i>
Vidéo 98	<i>"Girl supporting Girl"</i>

Figure 79 - Eléments sémantiques sororales sur les vidéos

Vidéo 4	<i>"Nos tenues, nos choix ! #lundi14septembre #fyp #pourtoi #foryoupage #france #lycee   alors quelle tenue vous me conseillez ?"</i>
Vidéo 11	<i>"Si tu es partant ou que tu soutiens partage la vidéo ! Pour qu'un maximum de personne joue le jeu 🤝 #lundi14septembre #liberationdu14 #solidarité"</i>
Vidéo 16	<i>"Sortez vos meilleurs outfits en plus il va faire chaud 😊❤️ #pourtoi #lundi14septembre #aesthetic #filles #girls #laissezpasflop #wesley_shop"</i>
Vidéo 34	<i>"✨solidarité féminine ✨ #lundi14septembre #liberationdu14 #fy #fyp #pourtoi #foryoupage #pourtoipage"</i>
Vidéo 52	<i>"notre corps ne vous appartient pas, on ne vous doit absolument rien #lundi14 #lundi14septembre"</i>

<sup>133</sup> MeToo Digital Collection – Harvard (2020)

<sup>134</sup> Voir 4.3 Se regrouper en ligne, une catégorisation des motivations (p 115).

Vidéo 72	"Ensemble, luttons contre le sexisme 🤝 #lundi14septembre #pourtoi"
Vidéo 91	"solidarité féminine les filles #pourtoi #pourtoi #lundi14septembre #viral #sexisme #fyp"

Figure 80 - Éléments sémantiques sororales dans les descriptions des vidéos

Le terme sororité, durant le Moyen Âge, référait à des communautés de religieuses avant d'être l'apanage de femmes non-religieuses qui se réunissaient hors des règles patriarcales de l'époque : les sorcières (Mannooretonil, 2021). Parler de sororité peut aussi faire référence aux confréries étudiantes nord-américaines dans lesquelles des jeunes individus se regroupent en fonction de leur genre pour vivre en communauté lors de leur cursus universitaire. Mobilisé par la quatrième vague féministe, il renvoie principalement à une forme de solidarité entre personnes basée sur un critère commun : être une femme.

Loin des communautés religieuses de ses débuts qui se regroupaient littéralement entre sœurs, les sororités, depuis l'époque des sorcières, revendiquent « *les aspects les plus physiologiques, ceux qui, précisément, furent les obstacles à leur insertion dans le monde extérieur au foyer, selon le principe extrêmement efficace du 'retournement du stigmaté' théorisé par Erving Goffman (1922-1982)* » (Mannooretonil, 2021 : 98). Ainsi le #lundi14septembre, avec sa volonté de se réappropriier un corps sexualisé, s'inscrit dans ce fonctionnement de communauté sororale mais également dans l'imaginaire de la sorcière qu'Agnès Mannooretonil (2021) définit comme étant à la fois rebelle et victime : les lycéennes se rebellent en portant des *crop tops* mais elles sont victimes de conséquences (sexualisation, exclusion, etc.) pour avoir porté ce vêtement.

Néanmoins il est impossible d'imaginer une grande communauté de femmes en accord entre elles. La rivalité féminine est ancrée dans l'inconscient collectif, en témoigne le commentaire de nekokawo\_ pour la vidéo 1 « *Ça existe la "solidarité féminine" ?* ». Dès le péché originel, la femme a été associée au serpent, un animal au symbolisme sournois qui distille son poison. Pourtant, dans le cadre du #lundi14septembre, le discours soulevé par ces lycéennes va à l'encontre de ces visions. Elles se soutiennent, s'encouragent, se complimentent, que ce soit entre elles (voir figure 81) ou envers la personne à l'initiative de la vidéo (voir figure 82).

68	grc.camiille	cam	12/09/20 15:19:31	1	j'adore ❤️
148	elodie_guerin	Elodie	12/09/20 15:33:04	0	❤️❤️
275	lolo.7076	Loloo_16	12/09/20 16:07:39	0	Jvais pas me gener c'est parti !
417	louane_partridge	Milliemyloves	12/09/20 16:42:22	0	Les filles qui font sa je vous aime déjà
534	loreaaa.a	Lorea	12/09/20 17:08:20	0	J'adore !
541	user270715122	Emilyyyy	12/09/20 17:08:58	0	Gooo lundi on va être on fleek
750	chr__chloe	chloe	12/09/20 18:01:39	0	C parti
1020	mzt.na	na'	12/09/20 22:34:43	1	On va tous déchirer
1036	_aw4di		12/09/20 23:29:00	0	Go off queensssss
1041	mikette.ly	mika:)	13/09/20 01:11:30	1	❤️GIRL POWER ❤️
1051	_flavieeeee	❤️	13/09/20 05:56:04	1	gooo le faire mdr
1242	nayomi.06	.	13/09/20 13:16:33	0	Proud of u girl <33
1252	dsctv_49739	Dsxtv	13/09/20 14:00:51	0	GO GIRLLLL ❤️
1319	user13076387484788 3	.	13/09/20 19:30:22	0	YES YES YES

Figure 81 - Extrait commentaires vidéo 8

7	aurianegll	Auriane 🧑🏻♀️	13/09/20 17:50:58	4	Validé de fou
15	mzt.na	na'	13/09/20 18:29:36	1	WoW
16	johanna.peep	🧑🏻♂️	13/09/20 18:30:04	1	WOW
20	julyedcs	Julyedcs 🌑	13/09/20 18:42:31	3	j'aime trop 😊
27	3aenorx	r ☆	13/09/20 18:50:37	2	J'adore cette tenue :)
28	itarrita	rita	13/09/20 18:52:08	3	il vient d'où ton haut il est hyper beau ❤️❤️
34	user377497090	emma	13/09/20 18:59:28	1	OMGG J'aime troop
47	lislrr	lslr	13/09/20 19:46:34	1	Ptnnn comment taurai dead ça j'adore
51	saturne_156	.	13/09/20 19:57:25	1	J'adore ❤️

61	leys751	LEYS הררי	13/09/20 20:34:33	1	j'adore
78	toast.coser	Jade 🐾	13/09/20 21:20:25	5	La vacheeee j'adore cette tenue 😊❤️
83	atelierzayeh	ATELIER ZAYEH	13/09/20 23:53:32	0	Il te manque mes boucles d'oreilles pour avoir loutfit parfait hihi 🎧🐾
84	amyyu5	.	14/09/20 02:45:29	0	LET go GIRL
86	user245664780	.	14/09/20 05:03:01	0	Cette tenue 😊
92	thecameleongirl	🌸 Krystal 🌸	14/09/20 09:02:09	3	moi j'adore ta tenue 🎧
94	_clara.fnr_	🌑	14/09/20 11:12:26	0	J'adore

Figure 82 - Extrait commentaires vidéo 19

La sororité s'expose également à travers un soutien apporté au sein des commentaires. 13,43 % de ceux-ci sont des témoignages, les internautes racontent leurs expériences « *dans mon collège c interdit mais tout le monde en mets 😊😊* », « *Je peux pas j'ai sport* » ou encore « *j'ai un uniforme scolaire...* » (commentaires issus de la vidéo 1) et parfois, lorsque certaines expriment de la peur, d'autres vont venir les soutenir, les aider même si elles ne se connaissent pas « *C'est toi qui voit ! C'est le même message, il faut que ça soit normalisé, mais fait attention à toi quand même* » ou « *te préoccupe pas du regard des autres sérieux habits toi comme tu le souhaite !!* ».

Il est toutefois utopique d'imaginer une seule et grande communauté sororale de lycéennes se soutenant de façon inconditionnelle au sein de ce mouvement. Cela se retrouve tout d'abord au niveau des commentaires, avec un jugement direct de l'action par les pairs « *Tu va pas aller à l'école avec un bandeau non plus faut pas déconner c'est pas une tenue ni d'école ni de travail.* », « *Nn mais on va en cour pour travailler pas pour faire un défilé la 🏠♀* » (commentaires issus de la vidéo 11) ou encore « *Êtes vous o courant qu il y a d jeunes filles ds le mde qui n ont même pas accès à l éducation et échangerai volontiers votre place de "femmes opréssées" . Il y a d combat + important a mener pour les femmes* » (commentaire issu de la vidéo 3).

Ce désaccord va également ressortir à travers la façon de genrer les figures d'autorité qui le seront majoritairement au féminin, avec notamment la mère « *Pov: ma mère me l'interdit* », « *Mdr moi le problème c'est pas l'établissement où je suis c'est juste ma mère quoi* », « *Ma mère veut pas..* », l'opinion du père étant moins évoquée. La question de la rivalité mère-

filles est étudiée par les psychiatres et les psychologues<sup>135</sup> à partir du stade de l'Oedipe, lorsqu'entre 3 et 6 ans, un enfant va développer et manifester une passion pour son parent de sexe opposé (le petit garçon qui veut se marier avec sa maman ou la petite fille qui veut se marier avec son papa). A la période adolescente, la jeune fille commence son processus d'émancipation, son corps change, elle devient une femme. Elle peut même devenir « l'autre femme », celle qui correspondra davantage aux critères de beauté actuels, plus mince, plus jeune. Caroline Lambert explique « *les mères des filles adolescentes sont souvent ambivalentes, entre une proximité cachant souvent une volonté de contrôle et une rivalité féminine* » (2008 : 143). En mobilisant des habits du vestiaire de la femme sexy, les lycéennes demandent inconsciemment à leur mère de leur « *faire un peu de place dans le monde des femmes* » (Lambert, 2008 : 143).

Outre la figure de la mère, les membres des établissements scolaires cités apparaissent également en majorité genrés au féminin « *Ma prof d'anglais 'mais c quoi cette tenu' », « la cpe en sueur », « J'suis au collège une pote s'est faite engueulée elle avait avec un crop top et la pionne lui a dit 'j'veux bien être féministe mais faut pas abuser' », peut-on lire dans les commentaires. Lilixass (entretien 3) raconte avoir reçu plus « de réflexions de la part de femmes que d'hommes » au sein de son lycée. S'expose alors une véritable rupture qui va s'appuyer sur deux facteurs : d'une part, une fracture générationnelle basée sur l'âge et d'autre part, une rivalité féminine. Ces deux éléments ressortent clairement dans le cadre du #lundi14septembre.*

Afin de terminer d'affirmer ce propos, nous nous baserons sur les deux seules vidéos de notre corpus qui viennent se positionner contre le

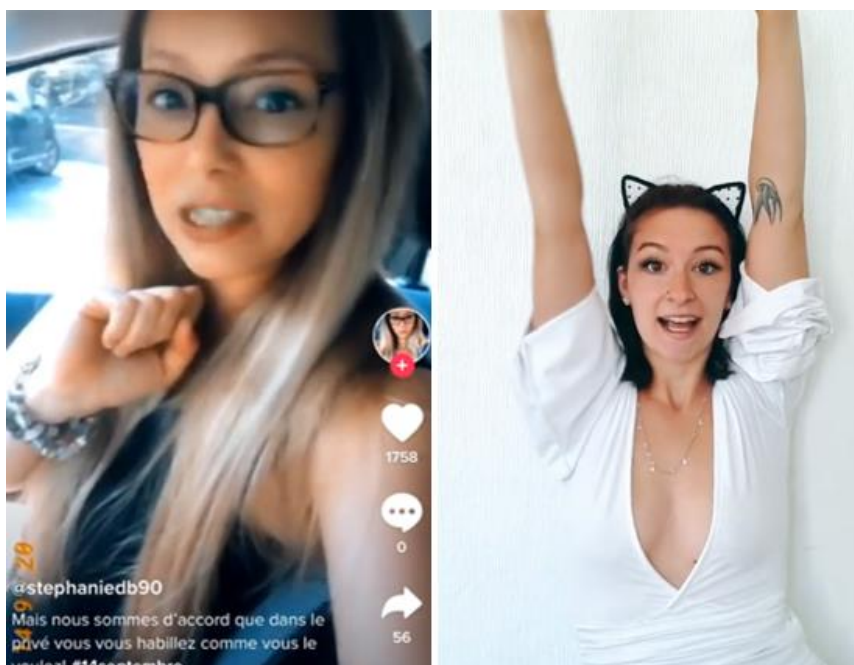


Figure 83 - Captures d'écran vidéos 50 et 95

<sup>135</sup> On pense notamment à Marie Lion-Julin, en 2010, dans son ouvrage *Mères : libérez vos filles*.

mouvement (voir figure 83). Tout d'abord angelinkkoff (vidéo 15), macro-influenceuse avec 159 300 abonnés, laisse entendre son désaccord avec le mouvement à travers la description de sa vidéo « #LeBrownieMouv #lundi14septembre petit brouillon qui va m'être utile, cette tenue : école ✕ travail ✕ sortir ✕ shooting photo/vidéo ✓ chacun est libre mais.. ». Elle utilise une vidéo sans rapport avec le mouvement sur laquelle elle s'affiche avec un décolleté plongeant et affirme ne pas avoir de sous-vêtements en mobilisant en audio une musique du duo de créateurs de contenu McFly et Carlito dans laquelle on peut entendre :

« Voici notre secret

*On ne porte pas de sous-vêtements*

*Ça oscille et c'est bringuebalant*

*On ne porte pas de sous-vêtements »*

La seconde vidéo est celle de clem.lmt (vidéo 50). La vidéo se découpe en deux. Au début elle reprend le témoignage de stephaniedb90 qui exprime son désaccord avec le mouvement « *Il fait chaud on s'habille court, ok. En revanche, un établissement scolaire vous prépare à votre vie professionnelle. Ce qui veut dire, imaginons plus tard, vous êtes indépendante, vous proposez des services qui valent très cher. Des milliers d'euros. Et vous voyez votre client qui est assez riche. Est-ce que vous allez vraiment vous habillez comme ça ? Sous prétexte que 'on a le droit de s'habiller comme on veut' »*. Puis, clem.lmt apparaît et vient répondre « *J'avais oublié que au lycée collègue et tout on s'habillait en costume. En robe de soirée et tout. J'avais oublié. Vous faites pas ça vous ? Hum bizarre. Et puis ce n'est pas le collège et les lycées qui apprennent ça, c'est les écoles spécialisés dans la vente de marque de luxe ou quoi. A la tienne hein ! Parce qu'au lycée tu t'habilles en jean machin hum ! C'est pas dans un magasin de luxe que tu vas t'habiller comme ça. Donc si, on a le droit de protester sur la façon dont on veut s'habiller. Bisous »*. Le fait qu'elle n'ait pas utilisé la fonction « Duo » va couper un potentiel *feed back* de la part de stephaniedb90, il n'y a donc aucun débat ou échange possible entre elles<sup>136</sup>.

---

<sup>136</sup> Voir 9.2 Rupture du débat, une polarisation idéologique (p 246).

Stephaniedb90 et angelinkkoff ne sont, toutes les deux, plus au lycée. Ce sont des adultes. La seconde est même maman et l'affiche dans sa description de compte « *Compte secours Angelinkkoffspam !* ❤️ 🌸 *Blogger* 📧 *Mum of baby Eden* 🍷 *Lover instabio.cc/3042720VYCsw2* ». Leur positionnement sur le mouvement vient accréditer la fracture générationnelle évoquée précédemment. En plus d'une mésentente au sein des femmes, les principales concernées par la revendication du #lundi14septembre, cela expose l'incompréhension entre deux générations aux environnements et à l'expérience différents.

Le mouvement, bien qu'illustrant des ruptures anciennes, donne à voir la création de collectifs. Dans un monde individualisé, dans lequel l'individu se replie sur le privé, se dépolitise et se désyndicalise (Ion, 1997), ces nouvelles générations vivent avec un hédonisme, à la recherche effrénée de satisfaction de ses désirs (Fernandez, 2011). L'individualisation des pratiques accentue cet effet. Le #lundi14septembre présente cette évolution de l'engagement<sup>137</sup>, avec une recherche de reconnaissance et de visibilité des internautes. Pourtant, malgré ces logiques individualistes et les différentes classes sociales numériques, apparaît la création de collectif qui traduit un besoin d'appartenance dans cet environnement social.

### 8.3 Un besoin d'appartenance dans un monde individualisé

Au cours du chapitre précédent, nous avons vu le besoin de reconnaissance de l'individu. Celui-ci cherche à s'inscrire dans un cercle de sujets qu'il considère comme ses pairs afin de pouvoir se projeter dans un idéal collectif grandiose, qui va le protéger. La reconnaissance passe donc par la création d'un lien social.

Par-delà la reconnaissance, ces liens sociaux permettent au sujet de s'épanouir en remplissant son besoin d'appartenance, l'étage trois de la pyramide de Maslow (1956). En psychologie, ce concept se définit par la construction de repères d'appartenance permettant au sujet de prendre conscience qu'il fait partie d'un groupe au sein duquel il a sa place et sur lequel il peut compter tout comme le groupe peut compter sur lui. Cela produira un effet rassurant et un sentiment de sécurité, en plus de la fierté d'appartenir à ce groupe. Au sein

---

<sup>137</sup> Voir 3.1 Les mutations du militantisme (p 68).



des commentaires, nous retrouvons ce sentiment comme l'exprime garance.mrtz sous la vidéo 1 « *JE SUIS TROP FIER DE VOUS MES SOEURS TOUTES UNIES !!!!* ». Ici, s'exprime cette sororité sous-jacente au #lundi14septembre dont nous avons discuté juste avant. En plus de ce groupe sororal, le groupe « jeunesse » exprime lui-aussi sa fierté comme alex\_valden, commentant (toujours sous la vidéo 1) « *Je suis un gars mais je suis fier de vous 🤝 Il faut progresser et avancer les choses!* ».

Initialement, le #lundi14septembre revendiquait la possibilité pour les lycéennes de venir au lycée vêtues avec un *crop top* et souhaitait lutter contre la sexualisation du corps des lycéennes, leur objectification. Puis, le propos s'est élargi vers d'autres éléments vestimentaires mais aussi les chaussures à talons, le maquillage, *etc.* L'objectif était alors d'encourager les lycéennes à exposer leur singularité à travers leur apparence. Puis, dans une démarche d'inclusion, le mouvement a également englobé les garçons puis les personnes de confession musulmane<sup>138</sup>, même s'il existait quelques nuances de désaccord. En allant chercher le propos d'Henry Jenkins (2006) sur les œuvres de fiction, nous pouvons l'accoler à cette mobilisation. Jenkins explique que le public d'une œuvre est producteur et actif : il crée du sens et se réapproprie l'œuvre pour parfois la développer davantage. Le #lundi14septembre, à l'initiative du compte Instagram Borda Revolte pour protester contre l'interdiction des *crop tops*, s'est ensuite vu propager sur d'autres RSN où chacun a pu y accoler son sens, le vidant de son problème public initial et le dispersant, rendant ainsi impossible une réponse claire des pouvoirs publics. Pour rappel, ceux-ci faisaient appel « au bon sens »<sup>139</sup> et évoquaient la « tenue républicaine » sans donner plus de précisions, ce qui peut s'expliquer justement par cette polysémie derrière le mouvement. Sans véritable porte-parole, il est impossible de savoir qui écouter.

En voulant élargir le mouvement, se dessine une nouvelle forme d'universalisme républicain très français. En effet, en France, il est interdit de produire des statistiques ethniques. Depuis la Révolution bourgeoise de 1789 et sa *Déclaration des droits de l'homme et du citoyen*, le genre humain est pensé comme une unité, indépendamment des diversités. Alors qu'il s'agit souvent des groupes militants antiracistes qui viennent remettre en question cette notion abstraite, dans le #lundi14septembre, la volonté inclusive vient rappeler cet universalisme. Les lycéennes (et les lycéens), indépendamment de leur genre, de leur origine, de leur

---

<sup>138</sup> Voir 4.2 De l'individualisation à l'individuation, une rhétorique émancipatoire (p 103).

<sup>139</sup> Voir 2.2 Des relais de visibilité, l'accès à la publicisation (p 47).

confession, *etc.* revendiquent le droit de porter les vêtements qu'ils souhaitent pour se rendre au lycée. Ainsi, une nouvelle dichotomie apparaît, en plus de la fracture générationnelle et de la rivalité féminine : celle d'une fracture idéologique. Il s'agit d'être soit pour le mouvement, et donc d'accéder à ce grand groupe universel qui symboliserait le « bien », soit d'être contre, et donc d'être du côté du « mal », la nuance ne semblant pas être acceptée. Nous reviendrons plus en profondeur là-dessus au cours du chapitre suivant.

Nous avons nuancé le concept d'individualisation en mobilisant le terme individuation au cours du chapitre 4. Les sujets ont des pratiques individualistes mais fuient la solitude en cherchant à appartenir à un groupe, sans pour autant perdre leur singularité. Nous étant déjà attardés sur ces différents enjeux de reconnaissance, de visibilité, d'expérimentation, d'émancipation, *etc.*, au sein des vidéos, nous nous focaliserons uniquement sur l'espace commentaires dans cette dernière partie du chapitre 8. Etudier les commentaires nous permet de voir l'investissement et la construction qui est faite du mouvement par son audience et qu'il est possible de (re-)construire à partir des commentaires (Pequignot, 2016), de voir ce que l'audience a fait de la mobilisation initiale. Nous avons vu que cette activité de commentaires était encouragée à travers différentes stratégies de la part des créateurs de contenus pour influencer sur leur taux d'engagement et donc leur visibilité. Néanmoins, il arrive que des mouvements de commentaires arrivent sans que cela fût prévu. Lors de leur étude, nous nous sommes retrouvées face à une particularité récurrente. Des internautes demandaient « *Où était la fille ?* » (voir figure 84) sans plus d'informations. Il y avait également parfois des variantes avec le garçon. Ces commentaires représentent 0,88 % de notre corpus.

458	<a href="#">alcznr</a>	Mad	12/09/20 16:48:09	0	Mais elle est passé ou la fille ?
554	<a href="#">notuefr</a>	_____	12/09/20 17:10:27	1	Mais elle est passé ou la fille?
556	<a href="#">marine..brs</a>	marine	12/09/20 17:10:35	0	mais elle est passée ou la fille ?
566	<a href="#">mir_r</a>	wessila	12/09/20 17:11:54	0	Mais elle est passée ou la fille??
695	<a href="#">editxi2700</a>	Editxi	12/09/20 17:44:06	0	Mais elle est passé ou la fille ?
773	<a href="#">elsa_vils</a>	elsa'	12/09/20 18:13:18	0	mais elle est passé ou la fille ?
874	<a href="#">manon_dsvrt</a>	manon :)	12/09/20 19:28:57	0	elle est ou la fille ?

903	<u>goundob76</u>	ML	12/09/20 19:53:30	0	Mais elle est passé ou la fille ?
100 7	<u>laurynlvs</u>	Lauryne ☒	12/09/20 21:41:27	3	Mais elle est où la fille ?
112 8	<u>__00h24</u>	??Hxraeth?? ?	13/09/20 08:52:10	0	Mais elle est passé où la fille?
113 5	<u>livaisoulevemou_barad_u</u>	Kali	13/09/20 08:55:14	0	elle est passé ou la fille ?
113 8	<u>youss.1k9</u>	youness 🇲🇷🇸🇳	13/09/20 08:56:23	0	Elle est passée ou la fille ?
120 6	<u>adele_brws</u>	444	13/09/20 10:21:26	0	elle est où la fille

Figure 84 - Extrait commentaires vidéo 8

Après recherche, il est apparu que ce phénomène était parti d'une personne ayant un compte Tiktok nommé sireybam. Elle bénéficie d'une communauté de 132 400 abonnés, soit un compte de macro-influence. Cette jeune femme, qui s'expose beaucoup en publiant quotidiennement des vidéos, a encouragé sa communauté à demander régulièrement où était la fille dans les commentaires sous les vidéos. L'objectif était de construire une connivence que seule sa communauté comprendrait et qui interrogerait les autres individus sur le sens de cette phrase. Ainsi, elle permet à sa communauté d'être active, de sentir un lien privilégié avec elle en partageant cette référence commune et d'acquiescer une forme de visibilité. Son audience va se sentir à part des autres internautes, spéciaux, lorsqu'ils comprendront le sens de ces commentaires. Ils appartiendront à un groupe. Néanmoins, la démarche peut s'apparenter à une forme de *spam* dans le sens où il s'agit de messages électroniques envoyés sans le consentement du récepteur.

Ce besoin d'échange et de partage explose à la vue du pourcentage des commentaires ayant des mentions, celui-ci en représente 44,95 %. Les individus mentionnent d'autres personnes en nommant l'identification de leur compte à l'aide du « @ » (arobase) (voir figure 85). Cela permet d'attirer l'attention de la personne mentionnée sur un compte précis en recevant directement une notification lui permettant d'accéder au commentaire et à la vidéo.

19	luciee.020	lu ☒	12/09/20 17:59:41	0	@lucastinel8 tient ahah
23	annaverset	anna	12/09/20 18:02:11	1	@_marine_baradu_
77	shelbyeffacer	Shelby	12/09/20 18:33:54	0	@perle.lamy

78	user13473958022	ju'	12/09/20 18:34:03	0	@zoe_lchr ça fais 5 fois que je vois ça on le fait ou pas
144	elisa.scln	Élisa scln	12/09/20 18:56:13	0	@alixtijou viens on le fait
145	elisa.scln	Élisa scln	12/09/20 18:56:22	0	@caroline.grmt
287	nass2026	nass	12/09/20 19:23:49	1	@agathe.nm
592	sing4lifeloll	singing	12/09/20 20:54:50	1	@lilamillet_
593	elisargt	Élisa	12/09/20 20:55:16	0	@allisonleclerc en bombeeeee
626	romanejny	romane	12/09/20 21:04:49	0	@victorialeppke
708	cyrielle1810	Cyrielle Canel	12/09/20 22:07:04	0	@carolinesevin04
709	mikasa2.6	mikasa2.0	12/09/20 22:08:58	1	@lou.bta
1065	only..yael	.	13/09/20 09:19:49	2	@rosalie_cbrd @marion.jnj
1066	lennacordeiro_	Lenna	13/09/20 09:20:15	2	@candice.ant @morgane_guichard
1067	oceanemrqss	Océ	13/09/20 09:21:15	0	@lalieartist go off
1068	cassandra.od	Cassandra.O D	13/09/20 09:21:31	0	@angelina_pchr
1106	acrozet8	adeline	13/09/20 09:51:17	0	@moorbl
1107	valboil	valentine	13/09/20 09:52:16	1	@romychto @aurelia.fra @sartoché @julie_frgt
1254	anae_ddt	Anaé	13/09/20 14:07:21	1	@carlamina2
1255	lucie.dcps	lucie	13/09/20 14:07:40	2	@juxt_leonie1 allez demain je vais mettre ma jupe tans pis si il me laisse pas passer
1273	alex07050714	Alex	13/09/20 16:10:28	0	@thisismydesteny
1275	olivia_guerard	Olivia	13/09/20 16:13:32	0	@naomy_lallier
1316	<u>compte.supprimer21</u>	Bye	13/09/20 23:12:04	1	@maricoucou
1317	<u>mariajoseporto</u>	Maria	13/09/20 23:38:14	0	@florianne.lavigne regarde 😊❤️

Figure 85 - Extrait commentaires vidéo 6

Cette démarche montre l'importance du cercle social, le besoin d'échange et de partage. Ainsi, le #lundi14septembre est synonyme de collectif. Une partie des lycéennes, pour faire l'action, a besoin du soutien et de la validation de ses amies. Ceci expose également la peur d'être seul et la nécessité du groupe pour passer outre la crainte de la stigmatisation.

L'exemple de la figure 85 montre une petite partie des commentaires bénéficiant d'une mention. Dans ces illustrations n'apparaît pas réellement l'échange, au mieux, les commentaires ont été *liké* par la personne mentionnée. Néanmoins, parfois, une mention peut être à l'origine de la création d'un espace de discussion. Ceux-ci peuvent rester l'apanage des personnes mentionnées, leur créant une petite bulle de sociabilité (voir figure 86) ou s'élargir et inclure d'autres individus, prenant la forme de débats autour du mouvement, du lycée en général ou avoir des discussions totalement différentes (voir figure 87<sup>140</sup>).

241		maymay__07	May-May	12/09/20 19:10:47	2	@artist802 @laura.dp5 @lulup3413 @r.alexandra.el @hisoka_krkr alleerrrr
	241 -1	lkxx.254	lkxx.254	12/09/20 19:14:44	1	Vas y je vais acheter un jean bien troué juste pour l'occasion 😊
	241 -2	maymay__07	May-May	12/09/20 19:32:43	2	Moi je v le faire perso car la dernière fois le surveillant a juger mon haut de trop court
	241 -3	cc.saclier0	Camille clémence †	13/09/20 08:01:30	1	J aime pas les jupes ni crope top donc sa va pas être facile 😊
	241 -4	awaveofshine_	chloe	12/09/20 19:13:27	1	yeah !

Figure 86 - Extrait commentaires vidéo 1

24		ines_._72	✦✧	12/09/20 18:30:39	4666	ptdr chuis chez mon père jpeut pas...
	24 -1	elpatacorne	El Patacorne	12/09/20 21:51:34	0	Met une veste sis 😊
	24 -2	chahinez_sts	ChahinezDZ	12/09/20 21:49:46	0	J suis dans le même cas 😊
	24 -3	lana..snz	☁	12/09/20 21:43:48	0	Moi aussi
	24 -4	just.nana__	Another world ?	12/09/20 21:10:26	0	pareil -3-
	24 -5	leaneglg	Léane ?	12/09/20 20:47:57	0	La même ?
	24 -6	anae.guerin	anaeeee-	12/09/20 20:42:23	0	Tu prend un autre t-shirt en cachette dans ton sac et tu te change dans les toilettes 😊

<sup>140</sup> Les espaces de discussions des commentaires 24 et 26 ont été volontairement coupés pour des raisons de lisibilité car ils regroupaient respectivement 63 et 112 réponses.

	24 -7	hangeldec	Angel ☆👁	12/09/20 20:40:28	0	Ou tu met un pull par dessus et tu l'enlève rendu au collège
	24 -8	kurasa15	Kurasa	12/09/20 20:14:57	0	tu te change au lycée
	24 -9	rose_ptd	Rose_ptd	12/09/20 19:56:29	0	Tu lui expliques le mouvement est ausis pour faire comprendre qu'on est libre que la provocation est dans latitude
	24 -	meybee05	#fitMey	12/09/20 19:38:48	0	Pareil 😊😊😊😊
	24 -	marionpm1	Mari on	12/09/20 19:27:49	0	Ah ouais .. mdr
26		<a href="#">xxiilaa</a>	Jekifflerizsoufflé	12/09/20 18:31:00	8369	Pov: mon lycée est déjà confiné depuis lundi jusqu'au 22 alors je pourrai pas 😞
	26 -1	<a href="#">lauralcl</a>	laulau 🗑	12/09/20 18:40:13	162	pov : j'ai pas encore repris les cours donc je ne peux pas aussi 😞
	26 -2	<a href="#">xxiilaa</a>	Jekifflerizsoufflé	12/09/20 18:44:32	37	On se soutient :(
	26 -3	<a href="#">lauralcl</a>	laulau 🗑	12/09/20 19:11:43	24	Ouii :(
	26 -4	<a href="#">elena.x.mills</a>	🗑Millie🗑	12/09/20 18:52:11	7	@inesolo4 la chance
	26 -5	<a href="#">inesolo4</a>	Inès DZ	12/09/20 21:06:04	3	mais grv
	26 -6	<a href="#">celia...mrl</a>	🗑Célia🗑	12/09/20 18:40:01	5	ooo non ta pas école la chance 😞😞😞😞😞
	26 -7	<a href="#">bigdrop_</a>	T.noahhh	13/09/20 08:38:02	4	exactement pareil
	26 -8	<a href="#">the_whoire</a>	🗑🗑	13/09/20 12:38:01	3	la chance !! 🗑
	26 -9	<a href="#">marinettee.lpb</a>	mc	13/09/20 11:45:59	3	omg la chance
	26 -	<a href="#">lana.gllm</a>	Lana 🗑	13/09/20 09:18:35	3	et t'as mon lycée en plein doute avec un cas confirmé 😞
	26 -	<a href="#">xxiilaa</a>	Jekifflerizsoufflé	13/09/20 09:52:37	1	En vrai si y'en a qu'1 faut juste uii reste chez lui, mais y'a sûrement pleins d'autres cas non déclarés
	26 -	<a href="#">lana.gllm</a>	Lana 🗑	13/09/20 09:53:36	1	oui sûrement ils attendent les résultats du test tout les possibles contaminés, on verra bien

26 - 13	<a href="#">deuxetdeuxfontquat</a> <a href="#">e</a>	Xeiroz	12/09/20 20:30:41	3	comment sa "déjà" !? j'ai rater quoi moi
26 - 14	<a href="#">xxiilaa</a>	Jekifflerizsouffl é	12/09/20 20:38:43	0	Bah ça faisait même pas 1sem qu'on avait repris mdr

Figure 87 - Extrait commentaires vidéo 1

Dans l'espace de discussion provoqué par le commentaire 24, deux éléments déjà évoqués apparaissent. Tout d'abord, il y a la fracture générationnelle avec l'impossibilité de faire le mouvement à cause du père, puis, la sororité s'exprime avec l'utilisation de « *sis* », diminutif de *sister*, sœur en anglais.

Le sentiment d'appartenance peut également se lire avec un consensus sur certaines thématiques. La vidéo 2, qui expose le témoignage d'une jeune fille victime d'agression, voit ses commentaires exprimer majoritairement du soutien « *mais pourquoi autant de méchanceté par des moins que rien* 🙄🙄🙄 », « *Omg courage* ❤️ », « *ma pauvre* 😔 *courage reste comme tu es* » ou encore « *ptn ma pauvre, mais c quoi de ces mec srx ou ont vas* ».

Enfin, une dernière façon permet de mettre en réseau le spectateur est le jeu des références (Pequignot, 2016), qui va rester relativement minoritaire et s'exposera globalement avec le choix des audios. Parmi les commentaires, cela représente à peine 0,27 %. La vidéo de [\\_\\_lilouuuuu\\_\\_](#) (vidéo 17) est pertinente pour servir d'exemple car elle mobilise un extrait de la version française du dessin animé *Totally Spies*. L'extrait donne à entendre :

« - *C'est quoi cette tenue Clover ?*

- *On croirait que tu vas participer à un défilé de mode alors que là on est au lycée.*
- *Et alors, c'est une raison pour négliger son apparence ? »*

Les paroles des trois protagonistes du dessin animé sont respectivement associées aux garçons, puis aux « *profs/cpe* » et enfin à « *toutes les meufs* ». La narrativité de l'extrait est investie pour la diégèse de la vidéo. Choisir cet audio active des souvenirs chez les internautes ayant connu le dessin animé (voir figure 88).

5	<a href="#">mya_pr</a>	mya	13/09/20 16:51:32	1	@juju_pltt voilà pourquoi j'aime les totally spies
93	calieeee_d	calie☞	13/09/20 19:27:01	0	l'idée de l'audio et géniale😊 sinon oui
168	lic2soleil	lic2soleil	13/09/20 20:57:29	0	Sam la best je voulais juste le dire 😊
279	gablovelife1	Gab_love_life1	14/09/20 01:54:03	0	J'adore les totally spies 🇫🇷❤😊

Figure 88 - Extrait commentaires vidéo 17

En restant dans la section commentaires de cette vidéo, nous avons relevé deux autres tentatives de références pour s'inscrire dans un groupe, voir une communauté de fan. Il y a celui de yukiii\_sano qui écrit « *short + pull Danganronpa*<sup>141</sup> » pour signifier sa tenue le jour de l'action ou encore celui de anonyma\_07 « *\*hisoka est entrain de conduire au lycée de ....* », faisant référence à un personnage du manga *Hunter X Hunter* dont l'attrance est tournée vers les jeunes personnes.

Se regrouper est quelque chose de naturel pour l'être humain. Partager des valeurs, des références ou des systèmes de pensée permet au sujet de ne pas se sentir seul. Son sentiment d'appartenance à un groupe lui apportera de la sécurité, tant qu'il soutient le groupe, celui-ci le protégera, notamment des autres groupes, potentiellement éloignés idéologiquement. Cependant, à l'heure des algorithmes et des bulles de filtres, de nouveaux mécanismes se mettent en place. L'individu est conforté dans son collectif, dans ses idées et est de moins en moins confronté au dialogue avec d'autres groupes. Si bien qu'au sein d'un groupe, le sujet sera isolé d'avis divergents par le calcul des algorithmes. Isolement qui peut également se répercuter dans la vie réelle. Les différentes dichotomies entre « bien » et « mal » que nous avons évoquées au cœur de ce chapitre amènent à une polarisation opposant un « eux » face au « nous », sans conciliation possible entre les deux parties.

---

<sup>141</sup> Danganronpa est une série japonaise de jeux vidéo basé sur le format *visual novel*. Ce genre de jeu, très populaire au Japon, est essentiellement basé sur la narration avec peu d'éléments interactifs.



## Chapitre 9

### Pour une compréhension de ces nouveaux espaces

Internet, en permettant de mettre en relation des individus sans contraintes spatiales, donne la possibilité de se regrouper plus facilement, d'échanger avec davantage de personnes qui nous ressemblent. Ce fonctionnement peut, dans certains cas, aller jusqu'à faire émerger un problème public, que ce soit d'ampleur internationale, comme avec *Me Too*, ou au niveau national avec le mouvement du lundi 14 septembre.

Toutefois, il est utopique de penser que ces groupes numériques viennent simplement enrichir l'espace public, où chacun pourra faire usage de sa Raison pour échanger collectivement sur un sujet. Au contraire, la création de ces espaces numériques, qui devaient favoriser l'ouverture des paroles, a eu l'effet inverse et a dérivé sur un enfermement sur soi. De ce fait, il est pertinent de se pencher sur la question de la liberté d'expression. Nous verrons dans un premier temps que les algorithmes sont des acteurs majeurs dans la polarisation des débats. L'individualisation des pratiques et de la société, l'ultrapersonnalisation viennent enfermer l'individu dans un espace créé sur-mesure pour lui où tout est fait pour le contenter et ne pas le contredire : une aubaine pour l'être humain qui n'aime pas avoir tort. Cette polarisation idéologique crée des fractures dangereuses pour la démocratie et pour le vivre ensemble. Comment cohabiter lorsqu'il devient impossible d'échanger avec autrui ? Pourtant, cette situation de rupture se trouve prise dans un cercle vicieux, sans cesse encouragée et accentuée par des outils numériques normés mais surtout par une société aliénée qui ne cesse d'accélérer (Rosa, 2010).

#### 9.1 La fin de la liberté d'expression ?

En 2017, dès la propagation des mouvements comme *Me Too* ou *BalanceTonPorc*, de nombreux discours se sont élevés pour faire entendre des opinions discordantes (Jouët, 2022), comme ce fut visible dans la tribune du 10 janvier 2018 publiée par le journal *Le Monde* intitulé « Des femmes libèrent une autre parole » dans la version papier et, dans la version numérique « Nous défendons une liberté d'importuner, indispensable à la liberté

sexuelle ». Cette tribune a été signée par une centaine de femmes, dont Catherine Deneuve et Catherine Millet. Cet affrontement idéologique a été visible sur internet où des femmes ont vivement condamné ce qu'elles ont considéré comme une apologie d'un sexisme de séduction, propre à la culture française. Josiane Jouët explique « *la galanterie, née au XVII<sup>ème</sup> siècle, aurait été un moyen pour les femmes d'accéder à une certaine forme d'égalité, mais sa pratique a connu une forte évolution au cours du temps pour devenir aujourd'hui une coquille vide (Aragon, 2020)* » (2022 : 56). Pour certaines féministes, la galanterie recouvre des mécanismes insidieux qui infériorisent les femmes. Ainsi, la thématique divise et ce n'est pas récent : pour Montesquieu, il s'agit du « mensonge de l'amour », pour Rousseau du « contraire du sentiment » ou encore pour Germaine de Staël « de la bassesse » (Aragon, 2020). Cette histoire de galanterie a focalisé l'attention des médias dans le mouvement Me Too, donnant davantage la parole aux personnes contre et qui prônaient « la liberté d'importuner » ou « la libération de la parole des hommes » (Bastide, 2020). Cet exemple illustre une rupture idéologique, où des individus s'affrontent sur une thématique sans réellement s'écouter, un camp comme l'autre se condamnant de façon irréversible réciproquement.

Ceci est symptomatique dans notre société actuelle, au sein de laquelle les avis sur des thématiques se polarisent. Parler de polarisation, c'est évoquer la concentration des opinions au sein d'un groupe et la distance entre ce groupe et les autres groupes. Ce phénomène devient un problème lorsqu'il est très tendu, qu'il aboutit à la construction d'un « eux » et d'un « nous » entre lesquels le dialogue semble rompu. On parle de polarisation affective empêchant la construction d'une conciliation autour de propositions. Ces pôles représentent les groupes évoqués dans le chapitre précédent. L'individu trouve refuge dans un groupe mais, baigné dans des systèmes de personnalisations toujours plus puissants, s'isole des autres groupes. Les algorithmes nous font rentrer dans une société des calculs : ils hiérarchisent les informations, sélectionnent les contenus auxquels nous sommes confrontés et cherchent à deviner ce qui va nous intéresser (Cardon, 2015). Toutefois, à l'instar de toute technologie, ils ne sont pas neutres, ils renferment une vision de la société qui leur a été donnée par les personnes qui les programment et par ceux qui les paient (Cardon, 2019). Grâce aux algorithmes, certaines publications sont mises en évidence, c'est ce que l'on appelle une curation de contenu, c'est-à-dire que des contenus sont sélectionnés, édités et partagés en fonction de leur pertinence à la suite d'une requête sur le web. La curation inclut un rôle actif dans la sélection de contenu, cela va encourager la pensée normative et

décourager les idées dissidentes. Ces chambres d'écho vont perpétuer les biais de confirmation qu'ont les individus, érodant leur confiance envers les médias traditionnels et exposant le manque de discernement des usagers vis-à-vis des contenus véhiculés sur internet. Contrairement aux médias traditionnels, sur internet, les individus n'ont pas à demander l'autorisation aux *gatekeepers* pour publier du contenu. Le filtre existe mais il n'est pas binaire (Cardon, 2019), il dépendra de la plateforme. Chaque RSN a son propre système de modération en fonction de sa philosophie. Par exemple, l'exposition d'un corps féminin nu sur Facebook ou Instagram entrainera une censure alors que cela sera totalement autorisé sur Mym ou OnlyFan. Face à cela, le RSN X, propose une défense absolue de la liberté d'expression. Depuis le rachat de Twitter par Elon Musk en 2022, X est régi par un libéralisme absolu. En effet, Elon Musk se définit comme un « absolutiste de la liberté d'expression » car, à ses yeux, « *la liberté d'expression [...] est le fondement de toute démocratie en bonne santé*<sup>142</sup> ». Depuis, il est possible de trouver du contenu pornographique sur le RSN, le compte du 45<sup>ème</sup> président des Etats-Unis Donald Trump, suspendu à la suite de la prise d'assaut de ses partisans du Capitole à Washington le 6 janvier 2021, a été réactivé et la certification, système de sécurité utilisé pour garantir qu'un utilisateur est bien celui qu'il prétend être, est devenue une offre commerciale permettant d'accéder à davantage de visibilité. Malgré tout, X reste rythmé par des algorithmes. Sur internet, on considère que 95 % des navigations sont déployées sur 0,03 % des contenus disponibles (Cardon, 2019). L'individu demeure enfermé dans une bulle de filtres, lui proposant un monde en adéquation avec ses idées. Néanmoins, même dans la vie réelle, les sujets ont tendance à se regrouper auprès de personnes leur ressemblant « *la sociabilité des individus, surtout des plus politisés est homophile : ils ont, très majoritairement, des amis qui ont les mêmes opinions et valeurs, ils s'exposent prioritairement à des sources d'information qui les conforte dans leurs idées* » (Cardon, 2015 : 68). De ce fait, nul besoin d'un algorithme pour s'enfermer dans une bulle, les individus le font d'eux-mêmes lorsqu'ils obéissent aux régularités comportementales inscrites dans leur socialisation. L'individu a également davantage de mal à accepter une idée qui va venir en opposition avec son système de pensée, il est pris dans un biais de confirmation, c'est-à-dire qu'il accepte volontiers les informations qui vont dans son sens. Le sujet effectue un tri sélectif afin de venir conforter ses idées et renforcer ses croyances. La théorie de la dissonance cognitive de Léon Festinger (1957) peut

---

<sup>142</sup> Extrait de son tout premier post sur Twitter en tant que nouveau propriétaire.

aider à comprendre ce fonctionnement. Lorsque quelqu'un est confronté à une information qui contredit ses croyances, il ressentira une tension intérieure car il souhaite avoir raison et qu'il est compliqué pour lui d'accepter le fait qu'il ait tort.

Les RSN mettent en exergue ces prédispositions humaines et viennent les renforcer encore plus. En se regroupant, l'individu assouvit son besoin d'appartenance tout en se sentant en sécurité. Cependant, s'il souhaite garder sa place privilégiée, il devra suivre les lignes directrices du groupe. Celui-ci a donc une double fonction : la protection et la surveillance. L'individu sera protégé mais aussi surveillé, il devra garder les lignes directrices du groupe s'il ne veut pas en être exclu. Chacun des membres du groupe va devenir un « *gardien des limites du groupes* » (Bourdieu, 1980 : 3), perpétuant ainsi les règles à respecter. Pour le #lundi14septembre, il y a un consensus sur le positionnement à avoir dessus : il faut être pour et prôner la liberté de se vêtir comme on l'entend. Ce positionnement est très marqué dans les vidéos (avec 99 % de vidéos allant dans ce sens). Les commentaires s'opposant au mouvement (7,8 %) sont rappelés à l'ordre par le groupe (voir figure 89). On ne remarque pas une grande volonté de débat. Les deux camps affirment leurs idées mais leur façon de faire ne cherche pas à convaincre l'autre par des moyens rhétoriques. Leur idéologie est assénée, l'autre n'a qu'à s'adapter.

Vidéo 1					
401		th2709	?	9/12/20 19:29	1 je trouve qu'il ya quand même une limite et qu'il y a des tenue adaptée pour chaque lieu et événements.
	401-1	camille_bier	Camille	9/12/20 19:39	0 Peut être mais c'est incompréhensible qu'on n'ait pas le droit au jean déchiré ou crop top
	401-2	ledan_m	Ledan	9/12/20 19:45	1 Jeans ok et encore ça dépend les trous, mais croc top je trouve ça indécent pour aller à l'école.
	401-3	camille_bier	Camille	9/12/20 19:47	0 Et il n'y a pas de tenue indécente, seulement des comportements indécents
	401-4	th2709	?	9/13/20 6:52	1 le problème c'est que même un jeans normal ça les attire 😊
Vidéo 3					
66		inconnu98705	Arouf	9/14/20 13:54	0 Habille toi comme tu veux dehors mais s'habiller comme ça pour aller en cours moi perso je trouve que c'est pas

						normal
	66-1	watwathe	Airi	9/14/20 13:59	1	Ça t'empêche de travailler? C'est quoi le problème?
	66-2	whoisnalid	.	9/14/20 15:09	0	On voit un nombril et des épaule en quoi c'est pas normal ?
Vidéo 11						
	113	eurydice_0105	Iséa	9/13/20 15:46	27	Tu va pas aller à l'école avec un bandeau non plus faut pas déconner c'est pas une tenue ni d'école ni de travail.
	113-1	margaux_ltlr	Margaux_ltlr	9/13/20 16:35	20	Je ferais ce que je veux tant que je suis à l'aise et que j'estime que c'est décent, je pourrais le faire mais avec une veste je pense
	113-2	eurydice_0105	Iséa	9/14/20 16:49	3	C'est pas une question de décence, quand tu vas à l'école c'est comme quand tu vas au travail, tu porte pas un bandeau dans ces lieux c'est normal
	113-3	enola_kaminari	ENOLA	9/14/20 21:34	3	je vois pas le problème tant qu'elle est a l'aise dans sa tenu tous va bien et ça va pas l'empêcher de travailler
	113-4	_emilie_emilie_0	Emilie	9/13/20 16:22	3	elle fait ce qu'elle veut
	113-5	tania_lcrr	Tania	9/13/20 16:14	1	Pardon?
	113-6	jjhne_	J0??	9/26/20 23:28	0	Bah en vrai on derai pas avoir de tenues a l'ecole genre on s'habille comme on veut genre
	113-7	sixt780	Orel	9/23/20 16:26	0	E en quoi sa va empêcher de travailler ??
	113-8	stelelouille	stessouille	9/13/20 16:18	0	<i>pardon ? d'où tu dis ça 😊</i>
Vidéo 13						
	361	bad3nd	BadEnd	9/14/20 15:06	2	Tu fais un défilé ou tu vas en cours ? Superbe la tenue mais bon, tu mes ce genre de vêtements dans la rue et non en cours ☹
	361-1	whoisja2	<b>Jade</b> 🐱♀	9/14/20 17:21	2	Pourquoi ? C'est un bidou qui te dérange peut être ?
	361-2	laura.hbt	Laura 🐱	9/14/20 15:51	1	Quelle est le problème ?! On peut étudier et en même s'habiller comme on veut...

Figure 89 - Extraits commentaires vidéos 1, 3, 11 et 13

S'illustre ici la fracture idéologique évoquée précédemment : les avis dissidents ne sont pas tolérés. L'exemple présenté dans le chapitre précédent<sup>143</sup>, avec la vidéo de clem.lmt (vidéo 50), illustre également cette rupture. Deux avis s'opposent sans réel débat. L'intonation mobilisée par l'émettrice laisse également une forme de mépris qui invalide le discours de stephaniedb90 avant même d'avoir écouté son opinion jusqu'au bout.

Ainsi, dans le corpus du #lundi14septembre que nous avons étudié, s'expose une seule idéologie. Tout comme les contenus étaient normés par TikTok<sup>144</sup> donnant à voir une forme de mimétisme dans la création, le positionnement sur le mouvement est normé par le groupe. Pourtant cela ne signifie pas qu'aucun retour en arrière n'est possible. Lilixass<sup>145</sup> a expliqué avoir pris du recul sur la mobilisation et reconnu que sa tenue n'était pas adaptée pour se rendre au lycée, qu'elle était allée trop loin. Elle reste la seule parmi nos interviewées à avoir eu une évolution quant à son positionnement, bien que cela ne fut pas exprimé en ligne. Même si l'individu souhaite nuancer son propos, tout l'encourage à aller dans le sens que l'on attend de lui. Ce phénomène s'illustre dans notre société début 2024 avec notamment le mouvement *BlockOut*. Né sur les RSN à la suite du Met Gala 2024<sup>146</sup>, la mobilisation a tout d'abord pointé du doigt le décalage entre les privilégiés (les invites du Met Gala) et les tragédies se passant dans le monde, notamment sur la situation entre Israël et Palestine. En effet, le jour même du gala, le 6 mai 2024, a eu lieu une attaque d'Israël sur Rafah. Le mouvement *BlockOut* appelle au *boycott* de marques mais aussi de célébrités ne s'étant pas exprimées sur la situation ou alors soutenant Israël. L'exemple de l'influenceuse Léna Situations (invitée au Met Gala 2024) est parlant : son silence sur la situation lui a été reprochée mais lors de sa prise de parole en faveur de la Palestine à travers le repartage de *stories*, elle a été accusée d'opportunisme et d'avoir parlé sous la pression, sans y croire. Les individus, principalement ceux bénéficiant d'une certaine notoriété, se retrouvent aux prises avec les lignes directrices de leur groupe, de leur communauté. Ceci pose déjà un problème éthique quant à la sincérité mais également au niveau de la liberté d'expression et à l'espace public. Reprenant la définition donnée au début de cette thèse (p 18), la polarisation des

---

<sup>143</sup> Voir 8.2 Les dynamiques des nouvelles sororités (p 221).

<sup>144</sup> Voir Chapitre 6 La reproduction des groupes dominants (p 161).

<sup>145</sup> Voir 1.2 Les nuances des nouveaux espaces publics, du numérique au semi-public (p 21).

<sup>146</sup> Le Met Gala, né en 1948, est un gala annuel de collecte de fonds au profit de l'Anna Wintour Costume Center du Metropolitan Museum of Art (New York), organisé donc par la rédactrice en chef du Vogue Américain. Chaque année, les invités rivalisent avec leurs *looks* sur le thème imposé, donnant à voir une démesure et beaucoup de richesses.

débats empêche les citoyens d'échanger des arguments et de raisonner collectivement à partir d'opinions individuelles. Il est nécessaire de suivre l'avis du groupe pour éviter les représailles.

Carlo\_ta09 (entretien 8) a été interpellée par lizylaneko1 à travers un commentaire qui lui demandait « *Est-ce que tu suis le mouvement du 14 septembre ?* » (voir figure 91). Avec le terme « féministe » dans sa description (voir figure 88), il paraît difficile d'imaginer qu'elle puisse tenir un autre discours que celui qu'elle a eu : « *Hier on m'a mis ça dans les commentaires. Alors il faut savoir que je ne suis plus à l'école donc je ne vais pas pouvoir m'habiller comme ça pour aller à l'école demain. Mais je vous soutiens toutes, allez-y faites-le ! C'est comme ça qu'on fera changer les choses. Maintenant ne vous forcez pas si vous*



Figure 91 - Description compte vidéo 80

*n'avez pas envie de le faire. Pour ceux qui ne savent pas, en gros demain on est censé, enfin les élèves de lycée sont censés mettre une minijupe et un crop top pour lutter contre les discriminations qui ont été faites en cette rentrée. Moi ça me rappelle le fait que je n'ai jamais eu de réflexion sur mes tenues au lycée et pourtant ! Ça c'est l'exemple de tenue que j'avais pour le lycée. Je ne sais pas pourquoi je suis passée entre les mailles du filet, j'ai eu énormément de chance et j'espère que d'autres filles l'ont. Et j'espère que les choses changeront donc allez-y faites-le je vous soutiens ! Si je peux demain, mais je travaille donc cela va être compliqué pour moi de travailler en minijupe, je le ferai mais vu que je ne suis pas à l'école ... Voilà donc vous avez tout mon soutien, n'hésitez pas à vous renseigner sur ce*

*mouvement-là, à en parler à vos copines, à vos copains, si jamais les gars veulent soutenir le mouvement et venir en jupe à l'école, ça serait vraiment cool ! Voilà !* ». Au sein de son discours, elle explique avoir toujours pu se vêtir comme elle le souhaite et pense faire partie des exceptions. Pourtant, mariarebeccasirianni (vidéos 3, 27 et 51) a dit n'avoir jamais eu de remarques au lycée et nombreux sont les commentaires témoignant de la

Créatrice de @les\_epatantes -  
Papeterie Féministe  
www.carlotaboyer.com

Figure 90 - Capture d'écran vidéo 80

possibilité de se rendre vêtue comme elles le souhaitent dans leurs lycées. De plus, lors de son entretien, elle explique qu'à travers son travail d'auto-entrepreneuse dans sa papeterie elle est « *est spécialisée dans les design très 'Girl Power', donc j'essaie de faire du contenu engagé, toujours de façon simple pour que cela touche un maximum de personnes* » avec comme objectif de « *poser des petites graines en fait dans les cerveaux des femmes donc je suis militante dans le sens où ce que je fais à quand même un but soit d'expliquer un terme, soit de réveiller un sentiment de sororité ou de puissance*<sup>147</sup> » (entretien 1).

Nous venons de voir qu'il était nécessaire de suivre le consensus d'un groupe lors d'une mobilisation numérique. Au-delà de pouvoir se positionner contre le mouvement, sortir des lignes directrices du groupe n'est que très peu toléré, ce qui est dû à la polarisation des débats dans la société. Examinons cela.

A la suite du mouvement Me Too, d'autres thématiques ont émergé dans les discours féministes de la quatrième vague, notamment sur les RSN. Parmi eux, la question de l'éducation sexuelle et la remise en question des injonctions liées à chaque sexe, que ce soit pour les femmes (Tasjoui) ou pour les hommes (Tubandes). En août 2018, Dora Moutot, revendiquée comme « *blogueuse, influenceuse et militante féministe* » raconte sur son compte Instagram personnel un rendez-vous galant durant lequel l'homme lui a affirmé que si les femmes avaient moins d'orgasmes, cela était dû au fait qu'elles soient davantage cérébrales et sentimentales que les hommes. A la suite de cela, elle reçoit de nombreux messages privés de femmes racontant des expériences similaires avec en ressenti que leur plaisir sexuel n'est que très rarement pris en compte. Dora Moutot lance alors le compte Instagram Tasjoui dans lequel elle recense et publie les témoignages qu'elle reçoit. Dès le lendemain, la communauté du compte s'étend à 6 500 abonnés et en un mois, elle atteint les 100 000 abonnés (Duvellé-Charles, 2022). Elle est alors considérée comme une précurseuse car de nombreux comptes parlant de sexualité et masturbation féminines sont ensuite créés (Gangduclito, Clitrevolution, Jemenbatsleclito, etc). Ces thématiques, autrefois taboues, se publicisent. Mais deux ans plus tard, l'engouement autour de Dora Moutot change. En 2020, elle se déclare contre l'inclusion des personnes transsexuelles, notamment les femmes transsexuelles, dans le féminisme. Elle perd ainsi une partie de sa communauté, environ 32 000 abonnés entre décembre 2020 et juillet 2021 (Duvellé-Charles, 2022) et s'attire les foudres des autres collectifs féministes. Ne se reconnaissant plus dans le terme général de

---

<sup>147</sup> On remarque dans son discours deux thématiques évoquées : *l'empowerment* et *l'émancipation*.



féministe, elle se revendique comme « femelliste ». Son ouvrage, *Transmania* (2024), écrit en collaboration avec Marguerite Stern, une ancienne FEMEN et fondatrice du mouvement des collages contre les féminicides, leur a valu à toutes les deux des menaces de mort. Issues de mouvements féministes qui semblaient faire consensus, une rupture idéologique s'est installée et le dialogue est rompu. Cette mésentente entre les féminismes n'est toutefois pas chose récente car il n'existe pas un mais des féminismes et certains de ces féminismes peuvent être perçus comme de l'anti-féminisme par d'autres groupes et inversement. Parmi leurs différents positionnements, l'un d'entre eux est la dichotomie dans la façon de penser la femme : doit-elle être égale à l'homme en tout point ou alors la femme doit-elle être égale à l'homme dans une complémentarité entre les deux sexes ? De là, se distinguent deux grands courants : le premier est appelé constructivisme et voit dans l'origine des différences uniquement des éléments culturels et sociaux. C'est notamment la pensée de Simone de Beauvoir à travers la célèbre citation « *On ne naît pas femme, on le devient* » (1949 : 13). Le second est un féminisme différentialiste (ou essentialiste), que nous pourrions résumer par égaux dans la différence. Ce dernier se retrouve au sein des féminismes de religion (il existe de nombreuses femmes croyantes et féministes). D'un premier abord, il est vrai que l'on peut se questionner sur l'association de ces deux mots : féminisme et religion, notamment lorsque nous sommes face à certains discours religieux extrémistes prononcés par des représentants des différentes religions ou à l'interprétation de textes saints évoquant la supériorité et l'autorité des hommes sur les femmes. Certaines différences sont également visibles lors de l'apprentissage d'une religion, l'accès peut différer en fonction du genre de la personne. Dans un podcast Arte Radio datant de 2018 et regroupant des témoignages de femmes croyantes et religieuses féministes, il est question de relecture et de réappropriation des textes saints, de remémoration de l'importance des femmes lors du commencement et de promotion du message originel comme étant égalitaire, avec par exemple Eve créée à côté d'Adam et non à partir d'une côte d'Adam. Toutefois, le différentialisme demeure bien présent. Dans cette vision, l'homme a ses droits et devoirs et la femme les siens, dans un respect mais dans une différence. Celle-ci s'appuie en partie sur la biologie et la construction même des êtres humains : l'homme a un appareil reproducteur mâle et la femme a un appareil reproducteur femelle.

Ces différences jouent sur l'engagement militant, comme l'explique carlo\_ta09 (entretien 8) « *Et c'est ça qui est compliqué dans cette cause-là, c'est ce qui rend la chose difficile à avancer pour avoir un réel impact, c'est qu'on a tellement de courants, de possibilité de*

*penser la chose, de vouloir changer les choses, etc. que c'est très très compliqué de pouvoir se mettre d'accord. Et tant qu'on ne se met pas d'accord, ça va être compliqué de changer les choses* ». C'est pourquoi elle ne s'investit pas un groupe militant « *C'est une histoire de légitimité aussi, quand on rentre dans une association faut pas croire que ... comme dans tous les milieux hein le féminisme ... [silence] bah y a des gens avec qui on est d'accord et d'autres avec qui on est pas d'accord et encore plus peut-être dans le féminisme qui est un mouvement extrêmement large avec plein de courants de pensée. Et c'est que pour l'instant quand je me rapprochais de milieu féministe, je n'étais pas très à l'aise avec forcément les idées. Ce n'est pas parce qu'une personne est féministe qu'on s'entend forcément* ». S'illustre ici une forme d'incompatibilité avec des avis dissidents aux siens, rompant la possibilité d'un dialogue ou d'un débat « *Je n'ai jamais rencontré une personne où dans une discussion je me suis dis qu'on a vraiment la même façon de voir de voir la cause* » termine-t-elle.

Les nouveaux espaces de communication offerts par les RSN permettent à des communautés de se regrouper. La visibilité en phare, que nous avons analysé au cours du premier chapitre, proposée par TikTok accentue ce regroupement au sein d'idéologies communes. Convaincus du bien-fondé de leurs opinions, les individus se renferment sur eux-mêmes et ont du mal à accepter des avis qui diffèrent, allant parfois plus loin dans la rupture.

## 9.2 Rupture du débat, une polarisation idéologique

On peut ainsi voir apparaître une polarisation idéologique, c'est-à-dire que « *les acteurs d'un champ donné s'éloignent d'hypothétiques positions consensuelles pour se diriger vers des positions radicales* » (Longhi et Vernet, 2023 : 16). Les individus ne se comprennent plus et ne semblent plus le chercher. Le témoignage de carlo\_ta09 (entretien 8) présenté juste avant expose cette volonté de ne pas engager le dialogue. Néanmoins, ce positionnement fait suite à son expérience « *Moi ce qui a été difficile bah c'était que je fasse du contenu engagé et donc ça ne plait pas. Et quand on fait du contenu qui ne plait pas mais que personne nous voit ce n'est pas très très grave. Quand on fait du contenu qui plait et qu'on nous voit et qu'on lui donne de l'importance cela énerve beaucoup de gens et du coup ça a été très dur au niveau du harcèlement, de la menace. Moi j'avais, en gros à cette époque-là, on était plusieurs filles à faire du contenu assez engagé sur la plateforme et euh alors déjà TikTok*

*c'est une plateforme qui censure pas mal, bon c'est de mieux en mieux mais c'est quand même ... Enfin je me suis faite pas mal censuré par TikTok, mais en fait on avait des groupes d'hommes qui faisaient des raids d'harcèlement et de signalement. En fait ils se mettaient d'accord pour à telle heure tel jour pour signaler en masse telle fille et du coup nos vidéos sautaient ou on était bannies pendant une semaine à cause du signalement etc. et donc ça c'était simple et après y avait de haine et du coup c'est pas facile car quand on passe d'une vie totalement normale à vouloir aider les gens et à se prendre ça, ça a été compliqué ».*

Son récit explicite le besoin de réguler les paroles violentes sur les RSN, la thématique est d'ailleurs au cœur du débat public depuis quelques années (Longhi et Vernet, 2023). Si les individus sont fracturés, qu'ils ne parviennent plus à échanger, alors les échanges seront plus virulents. Nous avons déjà démontré dans le premier chapitre de cette thèse que notre objet d'étude ne s'inscrivait pas dans un espace public numérique. En constatant ici que la possibilité de débat semble impossible, cela conforte et finit d'affirmer que TikTok est bel et bien une scène publique numérique sur laquelle il faut être visible. Chacun, enfermé dans sa bulle de filtres, doit se conformer aux codes de son ou ses groupes auxquels il s'affilie.

La scène publique numérique nécessite une maîtrise des codes à la fois sociaux et techniques. Ces derniers participent aussi à la réduction du débat. Ils sont en effet de plus en plus restreints : cela peut être avec le choix des mots qui vont être détectés par les algorithmes et les modérateurs ou avec des dispositions techniques de mise en forme du propos. Sur TikTok, à l'époque du #lundi14septembre, il était possible de faire, au maximum, une vidéo durant une minute<sup>148</sup>. Lorsqu'un RSN limite ses modalités de parole, cela a une incidence sur le débat public qui s'y déroulera. Conditionnés, les internautes vont devoir adapter leur parole et se plier aux règles pour avoir de la visibilité. Mais, dans un environnement surchargé d'information, l'attention des internautes ne sera pas longue et les contenus courts auront plus de chance d'avoir le plus de visibilité. En janvier 2024, Abrège Frère, un jeune homme alors inconnu sur internet, rencontre un succès fulgurant en réduisant des *story times*<sup>149</sup>, les faisant passer de dizaines de minutes à une ou deux minutes maximum. Il a acquis une forte notoriété en quelques mois, il fut invité sur l'émission *Clique* de Canal + en mars 2024 et il a conclu le final de l'événement musical Fun Radio Ibiza Experience à

---

<sup>148</sup> En 2024, il est possible de faire des vidéos durant jusqu'à dix minutes.

<sup>149</sup> Une *story time* est un type de contenu sur les RSN consistant à raconter son histoire, que ce soit une anecdote, un moment de vie ou autre.

l'AccorHotelx Arena en avril 2024. Cela témoigne de ce besoin de raccourcir, d'aller toujours plus rapidement, une caractéristique de notre société actuelle dont nous discuterons juste après.

Revenons à la rupture du débat que nous avons détecté au sein de notre objet d'étude. Lorsque différentes communautés se retrouvent, les valeurs et les règles implicites de chacune peuvent venir se heurter. Dans le groupe du #lundi14septembre apparaissent des notions d'entraide et de soutien, donnant à voir de la bienveillance (voir figure 92). Alors, quand une personne extérieure à ce groupe se retrouve exposée à ce contenu et décide de participer au débat, cela peut provoquer des incompréhensions.

84		sou.agd	?	12/09/20 18:41:51	278	moi je suis musulmane donc je peux pas vous aider les filles désolé 😞
	84-1	sou.agd	?	12/09/20 18:42:09	101	mais je vous soutiens♥
	84-2	mah.ut.d.t	h	12/09/20 19:08:28	12	♥
	84-3	iu2dhi	<3	12/09/20 19:22:49	6	♥
	84-4	mth3214	Mathilde	12/09/20 19:35:12	6	c'est le principal
	84-5	sunnyih	Balayette	12/09/20 19:33:40	17	t'excuse pas ma soeur c'est pas grave du tout ♥
	84-6	sou.agd	?	13/09/20 07:34:19	1	♥♥
	84-7	sou.agd	?	12/09/20 20:17:32	7	merci a vous toutes soyons forte les filles soutenons nous ♥♥
	84-8	its.oumou	<i>Oumou</i>	13/09/20 08:09:33	1	Et je crois le voile c'est juste conseillé non ? Y'a des musulmanes sans voiles mais qui respecte toutes les autres obligations après jsp
	84-9	youyoudaoudi	Youyou Daoudi	13/09/20 08:19:44	4	et puis chacun fait ce qu'il veut tant que tu crois Allah c'est l'essentiel 😊
	84-10	its.oumou	<i>Oumou</i>	13/09/20 08:20:36	1	T'as totalement raison !
	84-11	aissaaa.93	👩	12/09/20 19:28:22	4	Et heureusement 👩👩👩
	84-12	sinfulfood	👩👩👩👩Cinnie...”	12/09/20 19:23:58	4	tkt ♥

Figure 92 - Extrait commentaires vidéo 1

En effet, le #lundi14septembre, au-delà d’être un mouvement visant à lutter pour un problème public, est devenu une véritable *trend* sur TikTok. Ainsi, la plateforme n’a pas proposé ce type de contenu uniquement aux personnes déjà acquises à la cause. De par la popularité des vidéos, TikTok en a testé certaines sur des individus hors de cette bulle de filtre. Même si le groupe est majoritairement en accord, nous avons été confrontés à des commentaires qui sexualisaient ces lycéennes, qui exprimaient leur rejet du mouvement ou encore qui se moquait d’elles. Dans la vidéo 3 par exemple, mariarebeccasirianni écrit « *Voilà comment je suis habillée aujourd'hui. Vais-je rentrer en cours ? Ma tenue ;* » avec donc une faute d’orthographe dans, « *rentrer* » au lieu de « *rentrer* », ce qui fut l’objet d’un débat dans les commentaires (voir figure 93). Le premier commentaire de guillaume1511 laisse sous-entendre une certaine forme de mépris qui lui vaut un rappel à l’ordre de xmarine\_\_\_. Lorsqu’il lui répond ensuite il mobilise l’acronyme « *SJW* », qu’elle ne comprend pas. Celui-ci signifie *Social Justice Warrior*, à traduire par Guerrier de la Justice Sociale. Initialement attribué aux personnes militant pour la justice sociale, il s’agit d’un terme qui a pris un sens péjoratif à la suite du *Gamergate*, lors duquel une campagne de harcèlement sexiste avait touché les femmes développeuses de jeux vidéo en août 2024. SJW vient notamment des communautés sur les forums en ligne et n’est pas connu de tous. S’affronte ici deux communautés, celle du soutien au #lundi14septembre, davantage néophyte dans la pratique des échanges en ligne, et celle habituée à des groupes restreint, tendant parfois vers le *trolling*, un autre terme issu de l’argot internet correspondant à un propos ou à une réaction ironique sans que le destinataire du message comprenne réellement le sens, rendant ainsi l’interaction absurde (Mutombo et Salmona, 2023). L’exemple de « *Où est la fille ?* »<sup>150</sup> en est une illustration.

Les commentaires classés dans cette catégorie, hors ceux s’interrogeant sur l’endroit où se trouve la fille, représentent 2,3 % et restent donc une minorité. De plus, ils se concentrent principalement sous la vidéo 3, celle avec la faute d’orthographe, où ils représentent 13,26 % du total des commentaires.

12	guillaume1511	Guillaume	14/09/20 12:43:19	1922	En cours de Français ce serait cool oui..
----	---------------	-----------	----------------------	------	--

<sup>150</sup> Voir figure 84 (p 231).

12-1	xmarine___	Marine	14/09/20 12:55:16	144	pourquoi jugé son écriture ? tu t'es pas dis qu'elle est peut-être être dyslexique ou autre ?
12-2	guillaume1511	Guillaume	14/09/20 12:56:20	21	Un SJW.. Je t'attendais 😊
12-3	xmarine___	Marine	14/09/20 12:56:41	18	?
12-4	ginger.cois	ginger.cois	14/09/20 14:58:59	11	ou elle s'est juste trompé ça arrive 😊
12-5	cadetdelabrigadeantipute	BrigadeAntiPute	14/09/20 15:12:45	6	je suis prêt à l'emmener au poste si tu veux
12-6	guillaume1511	Guillaume	14/09/20 15:16:57	2	Ce serait un véritable service rendu à la nation mon adjudant !
12-7	xmarine___	Marine	14/09/20 12:56:02	5	Le temps qu'on comprend ce qu'elle veut dire
12-8	une.pers0nne.certifie	Sasageyoooooooo	14/09/20 14:17:39	8	G'avou du momant kon compren c pa grav de détruire la lange France
12-9	xmarine___	Marine	14/09/20 14:18:40	7	je suis dyslexique ca m'arrive de faire encore des fautes 🙄♀
12-10	une.pers0nne.certifie	Sasageyoooooooo	14/09/20 14:19:15	0	Oe parëille
12-11	giorno.giovanna.official	Giorno Giovanna B.A.F	14/09/20 14:53:30	0	Moa osi ge fé dé fote mé aun cé lir
12-12	elyesbinou	Binou	14/09/20 15:36:04	3	Popopopo
12-13	pdebnamc	ur mummy	14/09/20 14:43:56	2	Elle a juste fait une faute de frappe mdr 😊
12-14	_.geminice	🌀 geminice 🌀	28/09/20 18:15:17	1	Exactement il y a juste eu le "remtrer" et il manquait un accent sur le "a" de voilà mais à part ça rien à signaler. 😊
12-15	mikeliban92	Mike ee	14/09/20 22:46:04	0	se* 🤔
12-16	saamn_travels	Saamn_travels	14/09/20 20:10:03	0	Il fo kôn ecrive kom el pour kel compren 😊😊
12-17	saamn_travels	Saamn_travels	14/09/20 19:37:00	0	Écrivons comme eux : Je lé plin 😊😊😊😊
12-18	saamn_travels	Saamn_travels	14/09/20 19:08:14	0	Oh bah je suis entièrement d'accord avec toi ! A l'école ils sont moins capables contrairement à tik tok ils ont 20/20 🙄🙄♀...
12-19	saamn_travels	Saamn_travels	14/09/20 14:05:24	1	85% des personnes sur Tik Tok ne savent pas écrire correctement le français . 😊
12-20	gontrandvibes1	Gontrandvibes	14/09/20 18:25:07	0	Vous avez passé une mauvaise journée ? Vous voulez rire ? Alors abonnez vous à nous !

12-21	l.eurasier	Ewok	14/09/20 18:51:40	0	Elle a fait une seule faute et c'est sûrement un faute de frappe t'abuse là
-------	------------	------	----------------------	---	---

Figure 93 - Extrait commentaires vidéo 3

Romain Badouard (2017) parle de brutalisation du débat en ligne, au sein duquel la violence et l'agressivité sont des parties prenantes de la culture du débat propre à internet. Notre étude vient en partie confirmer son propos. En effet, nous avons vu que la polarisation idéologique rompait la possibilité pour les individus d'échanger, néanmoins notre corpus de commentaires est relativement épargné par des discours haineux. Ce qui peut, en soi, paraître surprenant lorsque la thématique abordée est sujette à du cyberharcèlement. Il existe un véritable cybersexisme qui s'exprime en ligne, effet de *backlash* à la suite de l'appropriation des outils numériques par les femmes et les féministes (Jouët, 2022). Il existe de véritables violences en ligne dont l'objectif est de faire sortir les femmes de l'espace d'expression que représente internet. Nombreux sont les exemples de femmes, connues ou non, qui ont été victimes de cyberharcèlement. En France, l'affaire de la Ligue du Lol<sup>151</sup> a permis d'apporter de la visibilité sur le sujet. Lors de nos entretiens, une personne a évoqué le sujet. Carlo\_ta09 (entretien 8) en a été victime lorsqu'elle faisait du contenu engagé sur TikTok, nous avons présenté une partie de son témoignage au début de cette partie, voici la suite « *Je pleurais beaucoup, de ce que j'appelais le 'burn-out militantisme' quand on se dit que notre cause c'est foutu, qu'on n'y arrivera jamais etc. Et je sais que, pendant une période même je pleurais tous les soirs etc. et c'est mon compagnon, mon ex-compagnon qui m'avait retiré mon téléphone, qui avait retiré les notifications TikTok.* ». Ils ont ainsi réussi à la réduire au silence « *C'est pour ça que je ne fais plus du tout de contenu aligné avec ce que je faisais avant, vraiment je fais des trucs tellement léger [...]. C'était plus que des insultes, c'est vraiment une sorte d'organisation contre nous du coup c'est encore pire ! C'est plus fatiguant encore, j'ai réfléchi à porter plainte, etc. et puis en fait, ils ont gagné ! Parce que j'ai commencé à arrêter de faire du contenu engagé donc finalement, ils ont en quelque sorte gagné en fin de compte. C'est un peu triste mais j'ai trouvé d'autres façon de militer mais*

---

<sup>151</sup> En février 2019, le journal *Libération* publie une enquête révélant un groupe Facebook privé créé une dizaine d'années auparavant regroupant des personnes (principalement des hommes) issues du secteur du journalisme. Le groupe était utilisé pour harceler et humilier des personnes en ligne, principalement des femmes.

pas sur les réseaux. J'ai beaucoup d'admiration pour, on va dire, des collègues de TikTok qui continuent depuis 2020. »

Elle fait cependant office d'exception dans notre étude et le cyberharcèlement qu'elle a subi n'était pas relié au #lundi14septembre. En effet, le mouvement, avec son vernis féministe et sa thématique liée aux vêtements des femmes, avait toutes les caractéristiques pour s'attirer les foudres des cyberharceleurs. Evidemment, ce propos est à nuancer et ne vaut que pour la partie du mouvement que nous avons étudié. De ce fait, il est pertinent de continuer à investiguer pour comprendre d'où vient cette fracture idéologique.

### 9.3 L'accélération constante de la société, quand tout devient éphémère

La réduction des débats, outre une explication sociale, peut se lire également par les modalités de parole sur internet. La consommation médiatique des jeunes est marquée par une surinformation (Corroy, 2012). Les nouvelles fonctionnalités leurs permettent aussi de participer et de prendre part à la parole. Sur TikTok, les individus vont s'exprimer au sein des commentaires mais également avec l'utilisation de *likes*, qui vont venir toucher la visibilité du contenu. La récolte de notre corpus s'étant faite sur ces critères, on constate une courbe décroissante quant à leurs quantités (voir figure 94).

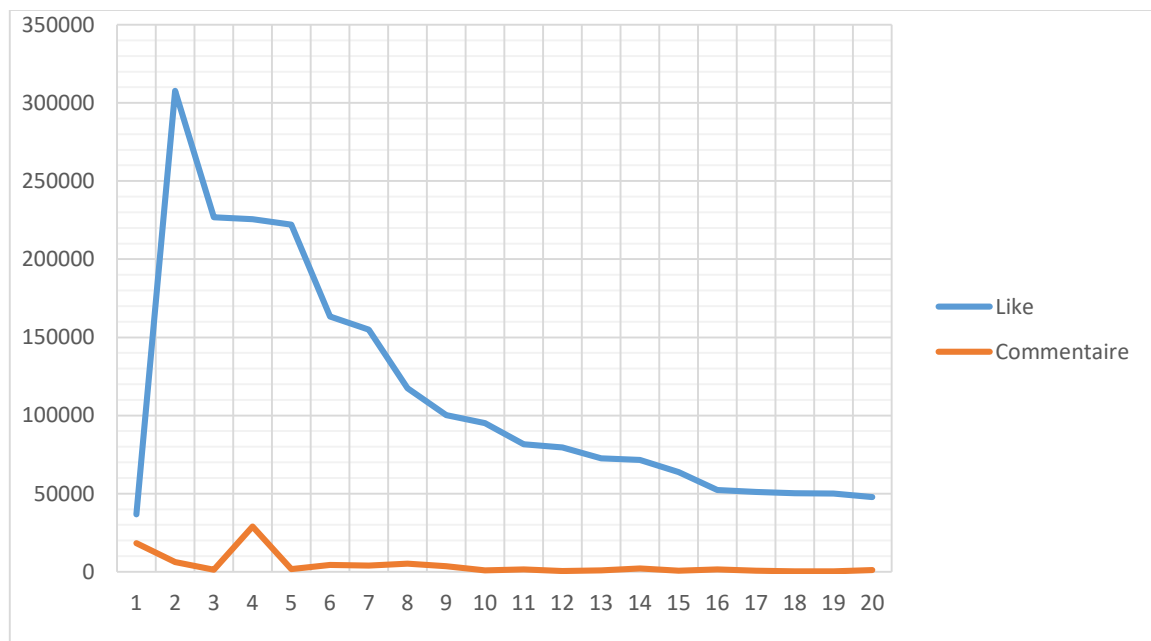


Figure 94 - Nombre de like et de commentaires sur les 20 premières vidéos



Les codes régissant internet, et dans notre cas TikTok, structurent les nouveaux discours. Nous avons remarqué un effet de mimétisme, une volonté d'être tendance, une recherche de divertissement (pour rappel, l'objectif de TikTok est justement d'être une plateforme de divertissement sans fin) et logiquement cela a un impact sur les discours. Benjamin Fernandez (2011) explique que l'immédiateté et la vitesse sont maintenant des valeurs maitresses dans notre société. Il prend l'exemple, raconté par Lothar Baie, d'un *trader* new-yorkais qui a perdu des millions de dollars car il s'était absenté pour manger et n'a pas pu se débarrasser à temps des valeurs qui s'effondraient. Poussant la métaphore, il se passe globalement la même chose sur TikTok, à la différence que le graal est la visibilité. Les *trends* sont éphémères et imposent un espace-temps. Les individus doivent poster leur publication dans la bonne temporalité s'ils souhaitent en acquérir les avantages. Notre corpus de vidéos, basé donc sur la visibilité, illustre bien la prédominance de celles postées les 12, 13 et 14 septembre et l'effondrement dès le mardi 15 septembre (voir figure 6, p 25). Afin de bénéficier de la visibilité et du système de valeurs du #lundi14septembre, il fallait être dans le bon tempo. Le groupe, une fois passé, ne revient plus en arrière.

Cette vitesse n'est pas uniquement spécifique aux outils numériques. En effet, comme l'explique Hartmut Rosa (2010), au sein des sociétés occidentales modernes, tout s'accélère. Tout d'abord, il y a une accélération technique. Internet naît en 1990 et fête donc en 2024 ses trente-quatre ans d'existence. En 1992 débute le web 1.0, c'est-à-dire un web sur lequel seuls les professionnels publiaient du contenu à destination du grand public et dix ans après arrive le web 2.0 (avec notamment Wikipédia), où chacun peut produire du contenu, comme dans le cadre du #lundi14septembre. En 2006 apparaissent les *smartphones*, de véritables ordinateurs miniatures intégrant un téléphone. L'année suivante, le premier iPhone est lancé et ce ne sont pas moins de trente modèles qui furent sortis en l'espace de dix-sept ans, soit une moyenne de deux par an. Depuis Facebook, lancé en 2004, de nombreux RSN fleurissent (Twitter en 2006, Instagram en 2010, Snapchat en 2011, BeReal en 2020, *etc.*) et l'arrivée de ChatGPT en 2022, un logiciel conversationnel mobilisant l'intelligence artificielle générative, sont autant d'exemples qui sont venus modifier les façons de faire au sein de la société. Cette rapidité est à prendre en compte dans la fracture numérique<sup>152</sup> d'autant plus qu'il y a une forme de consensus sur le fait que ces évolutions vont dans le cours « normal » du développement sociétal (Granjon, 2022). Fabien Granjon explique « *une tension naît de*

---

<sup>152</sup> Voir 2.3 La démocratisation des pratiques liées à l'influence, la fin d'une situation de parole idéale (p 55).

*la position de refus explicite de participer à un système social dont on dénonce les travers, en l'occurrence la surconsommation, et, dans le même mouvement, de la prise de conscience que ce positionnement peut avoir un coût négatif, voire présenter un risque social* » (2022 : 176). La croissance exponentielle de la technologie, mêlée à une offre médiatique qui s'accroît de plus en plus (Franck, 2014), fait basculer nos économies « traditionnelles » vers une économie de l'attention (Citton, 2014). Ce concept désigne un cadre où l'attention humaine est une ressource rare et précieuse, au cœur des stratégies, que ce soit des entreprises, des médias ou des technologies numériques. De ces besoins est née la captologie, que nous avons présenté précédemment<sup>153</sup>, l'objectif étant de maintenir l'attention de l'utilisateur le plus longtemps possible. Bernard Stiegler développe « *nous vivons dans un monde où l'attention est sollicitée à tout moment, au point de devenir le nerf de la Guerre économique, centrée sur des stratégies de captation et de capture. [...] Schématiquement, l'économie de l'attention est apparue dans les années 1920, à partir du moment où on est passé d'une économie où la question principale était celle de produire, à une économie où le premier problème s'est avéré être de vendre* » (2014 : 128). Les générations actuelles se retrouvent alors en prises avec ces problématiques d'attention, passant de nombreuses heures sur les RSN, comme elsa-tlsp (entretien 6), qui dit « *ah bah Tiktok si je m'y perds je peux bien y rester deux heures !* » ou encore Imelancolie (entretien 5) « *alors l'application que j'utilise le plus c'est Tiktok, je dirais 2h30 par jour sur l'appli. Après Snapchat 2h par jour, puis Instagram peut être 30 minutes par jour, après Twitter et Facebook je dirais même pas 10 minutes par jour* », ce qui fait un total d'environ cinq heures par jour sur les RSN. Yahyaachou (entretien 7), lui, ne compte pas le temps passé « *les réseaux sociaux me permettent juste de faire ça [parler, échanger] un peu H24, quand je veux, et juste avec un téléphone* ».

Puis, il y a l'accélération du changement social. Harmut Rosa le définit par « *une augmentation de la vitesse de déclin de la fiabilité des expériences et des attentes et par la compression des durées définies comme le 'présent'* » (2010 : 22). Les formes familiales ont évolué, les cycles de vie familiaux durent moins longtemps que la vie des individus, en témoigne l'augmentation du taux de divorce et de remariage (Rosa, 2010). Cela se ressent aussi sur les tendances démographiques, avec une fécondité à la baisse, des familles de tailles réduites, élévation de l'âge du premier mariage et du premier enfant, *etc.* (Octobre, 2014).

---

<sup>153</sup> Voir 5.2 Laisser des traces (p 141).

De plus, les structures professionnelles changent elles-aussi, il devient de plus en plus rare que les enfants reprennent les professions de leurs parents. Par exemple, mariarebeccasirianni (entretien 1) est en études d'architecture, son père est restaurateur et sa mère chanteuse, elsa-tlsp (entretien 6) est en classe préparatoire d'ostéopathie, sa mère est magistrate et son père artisan. Il est également désormais possible de changer de métier plus régulièrement. Selon Richard Sennett (2000), aux Etats-Unis, les employés ayant fait des études supérieures changent environ onze fois de travail au cours de leur vie. Ces changements viennent appuyer l'autonomisation des individus et leur émancipation (Octobre, 2014). Les lycéennes du #lundi14septembre évoluent donc dans un environnement qui leur favorise cette mobilisation, comme le rappelle le commentaire de .giga.chiasse sous la vidéo 1 « *Va faire ça en Arabie Saoudite c'est grave fun !* ».

Enfin, il y a l'accélération du rythme de vie. Les individus manquent de temps, celui-ci étant devenu une matière première consommable (Rosa, 2010), en témoigne l'économie de l'attention présentée précédemment. Même si le capitalisme appuie ce phénomène, en ne cherchant plus à produire mais à vendre au sein d'un marché toujours plus saturé, on peut se questionner sur le rôle des individus à l'accentuation de cela. Il devient nécessaire de faire toujours plus de choses en moins de temps et parfois même, plusieurs choses à la fois (sur internet commence à fleurir des vidéos proposant deux vidéos à la fois). Rosa explique que nous avons tendance à manger plus vite et à dormir moins. Les individus vont eux-mêmes perpétrer ce rapport au temps. Par exemple, la moyenne du temps des vidéos de notre corpus est de 17,5 secondes. Que ce format soit choisi par mimétisme, par maîtrise des codes pour accéder à la visibilité ou même par hasard, le résultat est le même : cela vient accentuer davantage cette course au temps. Il serait faux de penser que les personnes sont dupes face à cet engrenage : de nombreux contenus (sur les RSN) encouragent à une « détox » ... de ces RSN. Néanmoins, le discours sous-jacent, outre ce paradoxe, est un discours capitaliste qui encourage à la productivité. Il faut passer moins de temps sur internet afin de pouvoir rentabiliser davantage ce temps, les moments libres n'étant pas tolérés. Ainsi, le rythme de vie ne cesse de s'accélérer dans une recherche constante de fluctuation. Toujours occupés, les sujets n'ont pas le temps de s'intéresser à la chose publique, la *res publica*, ni de se questionner sur leur condition. Ils se détournent des formes de militantisme traditionnelles, par manque de temps, d'énergie ou parce que cela n'est pas simple pour eux. C'est le cas de carlo\_ta09 (entretien 8) qui témoigne se faire passer avant le collectif « *Non pour l'instant [elle n'appartient pas à une association militante]. Après il faut savoir que malgré le fait que*

*je poste sur les réseaux, je suis très très timide et réservé et dans la vie générale j'ai peu de liens sociaux, etc. donc c'est vrai que pour moi ... Je suis allée une fois en manifestation, c'était extraordinaire, ça m'a donné une puissance folle mais par contre j'ai mis un mois et demi à m'en remettre de façon social (rires). Donc ouais non je ne fais pas partie d'association et vu que j'ai ma propre communauté c'est vrai que ... j'ai déjà un lien sur les réseaux avec pas mal de gens. »*

Ces accélérations profitent donc au système capitaliste et permettent de maintenir l'ordre établi en place. Néanmoins, nous ne souhaitons pas tomber dans un discours alarmiste. L'accélération a également apporté des améliorations à la société. En effet, la problématique d'espace, une des questions majeures des êtres humains, s'amenuise (Rosa, 2010). Le temps pour se déplacer est réduit (avec les TGV ou les trajets en avion) et il est beaucoup plus facile de garder contact avec des individus vivant loin. Yahyaachou (entretien 7) peut échanger davantage avec sa famille « *toute ma famille est au Maroc. En fait, le développement des réseaux sociaux a fait en sorte que euh je puisse être de plus en plus en contact avec ma famille qui est au Maroc. Facetime, Facebook, avec les anniversaires et toutes ces petites conneries comme ça, en fait, ont permis de se rapprocher petit à petit avec ma famille. Alors que euh si je ne me trompe pas, y a dix douze ans bah pour contacter ma famille c'était le téléphone fixe qui coûtait archi cher* ».

Ainsi, le monde dans lequel nous vivons ne cesse d'accélérer, laissant sur le côté ceux qui ne parviennent pas à suivre. Pour suivre la cadence, il devient nécessaire de réduire son discours. Partant du postulat de Bourdieu « *Le sang et le sexe, le drame et le crime ont toujours fait vendre* » (1996 : 16) et dans un contexte de surinformation constante, il apparaît nécessaire de respecter et maîtriser les codes, sociaux et techniques, du dispositif sur lequel on s'exprime. Bourdieu nomme cela le sensationnalisme : il faut faire spectacle auprès de sujets dont l'attention est toujours réduite. Le #lundi14septembre, de par sa thématique (le corps des femmes, leur sexualisation<sup>154</sup>) et la possibilité d'avoir une dichotomie « pour/contre » facilement, présente toutes les caractéristiques pour bénéficier d'une visibilité ponctuelle et ainsi devenir une tendance sur TikTok.

De plus, dans un monde qui change aussi rapidement, la nostalgie croît elle-aussi. Lorsque l'individu est dans une période incertaine, il va se tourner vers le passé afin de se rassurer

---

<sup>154</sup> Même si le sexe ne fait pas vendre, il retient l'attention.

pour l'avenir. Mais, comme toutes les autres tendances sociales, cela est récupéré par les industries culturelles qui vont produire de la nostalgie en masse, en témoigne la multiplication des *remakes*, des *reboot*, des *spin-off* ou simplement des réadaptations d'objets culturels ne datant que du début du siècle, comme par exemple les émissions de divertissement *Star Academy* ou *Secret Story*, des films avec *Mean Girls* (première sortie en 2004, seconde en 2024).

Cette tendance à la nostalgie explique également la rupture des débats. La société, prise dans sa course effrénée, laisse les individus perdus et désorientés, ils vont alors se tourner vers ce qu'ils connaissent et vont rejeter ce qui n'ira pas dans ce sens. La rapidité des changements est telle que ceux-ci s'effectuent parfois au sein d'une même génération. Ainsi, le manque de compréhension d'autrui, favorisé par un environnement isolant à la fois technique (les algorithmes, les bulles de filtres) et social (se regrouper entre pairs), marquera le point de la rupture idéologique actuelle dans notre société.

## Conclusion Partie 3

Au cours de cette troisième et dernière partie, nous avons compris que, derrière des logiques individualistes et des pertes du sens commun, demeuraient des mécaniques propres à la construction de l'être humain. En effet, caché sous la recherche de visibilité, se trouve un besoin de reconnaissance, se traduisant par une volonté d'acquiescer de l'estime sociale à travers la validation par les pairs. Cela vient combler le besoin d'appartenance de l'individu. Toutefois, la poursuite de la reconnaissance est inégale. Lors de la première partie de cette thèse, nous avons présenté les nouvelles modalités de parole au sein d'un espace numérique où les pratiques de l'influence se sont démocratisées et professionnalisées. Echantillons alors sur une même plateforme des individus aux capitaux disparates. Dans un fil d'actualité TikTok, peuvent se succéder des vidéos d'une célébrité, d'une personnalité politique, d'un influenceur ou d'une personne lambda. Un sentiment de comparaison latérale se développe alors qu'il s'agit de relations parasociales aux prises avec un lien unidirectionnel. Ainsi, dans cette scène publique numérique, se structure un espace social au sens bourdieusien du terme dans lequel se retrouvent plusieurs champs, dont celui du #lundi14septembre existant grâce à « *l'adhésion collective au jeu qui est à la fois cause et effet de l'existence du jeu* » (Bourdieu, 1992 : 279). Le fonctionnement du RSN tient car ses usagers « jouent le jeu » qu'il propose.

A la suite de notre étude, nous avons souhaité proposer une catégorisation afin de mieux comprendre les motivations des individus s'étant mobilisés lors du #lundi14septembre. Certains y ont investi un véritable sens, parfois presque idéologique et militant, tandis que d'autres y ont surtout vu une *trend* bénéficiant de visibilité et d'un capital symbolique. Forts de leurs compétences et leur expertise du réseau, ils ont alors construit du sens autour de leur vidéo, s'imprégnant parfaitement dans le *storytelling* de la mobilisation. Avec des codes spécifiques, visuels, musicaux et idéologiques, le #lundi14septembre était reconnaissable d'un seul coup, favorisant sa popularité au sein de la plateforme. Une véritable diégèse se crée, monde réel pour certains et monde fictionnel pour d'autres. De ce fait, la quête de reconnaissance est déséquilibrée et peine à remplir le besoin d'appartenance.

Ainsi, nous ne considérerons pas TikTok comme un champ mais bien comme une scène publique à l'intérieure de laquelle des champs évoluent pour une quête vers la visibilité et la reconnaissance. A l'origine du #lundi14septembre, ce sont des lycéennes n'ayant pas une

forte audience et donc peu de visibilité. Le compte Instagram Borda\_Revolte ne compte même pas mille abonnés (voir figure 1, p 4). Les instigatrices de la publicisation d'une thématique sociale ne sont pas les acteurs les plus visibles du processus. L'information relayée et prenant de l'ampleur, les individus aux comptes de macro-influence deviennent majoritaire à 63 % dans notre corpus le jour même de l'action (voir figure 18 p 55) alors que le mouvement est né quelques jours auparavant. Ceux-ci se retrouvent alors mêlés à une mobilisation classique exposant une fracture générationnelle ancestrale (chapitre 8) alors qu'ils évoluent dans le champ de l'influence. Ils vont alors dominer le champ du #lundi14septembre et auront « *les moyens de le faire fonctionner à leur profit ; mais ils doivent compter sur la résistance des dominés* » (Jourdain et Naulin, 2019 : 117). Ils imposent leurs codes et leurs règles de visibilité que les autres classes sociales sur TikTok devront copier pour y exister (chapitre 7).

Le phénomène de dédifférenciation permis par les mobilisations socio-numériques évoqué dans notre troisième hypothèse est donc à nuancer. Il est possible de se regrouper et de partager des valeurs, mais les enjeux sont différents, pesant sur l'usage et le sens investi derrière une mobilisation. Cela ne permet donc pas de valider réellement cette dernière hypothèse.

Ce regroupement d'enjeux liés à l'adolescence et à l'influence en ligne, le tout avec un vernis féministe nous fait nuancer les discours *d'empowerment* et de solidarité évoqués à différentes reprises. Ainsi, alors que la publicisation du mouvement donnait à voir une action féministe, ces mobilisations profanes ne viennent pas appuyer les discours féministes militants traditionnels, invalidant notre deuxième hypothèse. D'une part car, à cause du contenu normé et de la course aux *trends*, s'expose une reproduction des codes patriarcaux et d'autre part car la polarisation idéologique traversant la société actuelle empêche le féminisme d'évoluer en tant qu'entité unique. Chaque agent rejoindra le groupe idéologique qui lui correspond et se retrouvera aux prises avec, certes une protection, mais surtout une surveillance. Avec le fonctionnement des algorithmes, le sujet, pris dans sa bulle de filtres, se retrouve dans un collectif normé auquel, même s'il en partage certaines idées, il devra adhérer pleinement et sans nuance. Conforté dans ses idées et de moins en moins confronté au dialogue avec les avis dissidents, le sujet va s'isoler, menant ainsi des générations entières à la polarisation idéologique où le vivre-ensemble semble de plus en plus compliqué. Dans une société qui ne décélère pas, ce phénomène s'accroît et construit alors des sociabilités fracturées. La liberté d'expression ne vaut que pour le groupe dans lequel elle s'exprime.

Les nouvelles sociabilités créées par les mobilisations socio-numériques sont polarisées rendant difficile la construction et la discussion de la chose publique. Ainsi, les mobilisations socio-numériques font passer le collectif et la cause sociale au second plan au profit de recherches de visibilité, d'émancipation et de reconnaissance.



## Conclusion Générale

L'objectif de cette thèse était de comprendre comme appréhender les mobilisations socio-numériques, relativement nombreuses aujourd'hui. Pour ce faire, nous avons souhaité reconstruire le sens que les individus assignent à leurs actions, que ce soit de façon consciente ou non, tout en prenant en compte leur capacité d'agir (Butler, 2006) nous inscrivant ainsi dans une épistémologie compréhensive. Selon Weber, dans l'analyse qu'en fait Michel Lallement, « *la vie est une lutte perpétuelle, l'expression d'une volonté visant à améliorer notre condition d'homme* » (2017 : 240). Ainsi, les mobilisations socio-numériques sont là pour questionner le monde tel qu'il est.

Notre choix s'est porté sur le #lundi14septembre, une mobilisation lycéenne, née sur les RSN, dont l'objectif visé était la possibilité pour les lycéennes de se rendre au lycée, vêtues de la façon dont elles le souhaitent sans être sexualisées.

Au départ, nous pensions interroger le processus de publicisation des discours féministes à travers des mobilisations numériques des publics profanes. Le répertoire d'action mobilisé par le #lundi14septembre (la création d'un compte sur les RSN, d'un hashtag, d'une pétition en ligne, *etc.*) rappelle le militantisme actuel, y compris le militantisme féministe. La revendication, appelant à porter un *crop top* pour lutter contre la sexualisation et l'objectification des lycéennes, invite ses participantes à s'inscrire dans un processus de réappropriation du stigmat et, plus largement, dans une lutte pour l'émancipation. La 4<sup>ème</sup> vague féministe, en plus d'être caractérisée par une lutte contre les violences sexuelles et sexistes, montre un féminisme « pop », c'est-à-dire populaire et de masse, appuyé par sa diffusion massive sur les RSN. Enfin, les relais de visibilité activés lors du processus de publicisation du #lundi14septembre se rattachent à des figures se revendiquant féministes. Par ces éléments, il a semblé possible de rattacher le mouvement à la 4<sup>ème</sup> vague du féminisme. Cependant, l'objectif premier n'a pas résisté à l'étude du terrain, ce qui nous a amené à nous interroger sur les ambitions et les objectifs de ces mobilisations socio-numériques afin de saisir de quoi elles sont révélatrices dans notre société.

Le #lundi14septembre s'est déroulé en partie sur TikTok, nouveau RSN apparu en 2017. Cette nouvelle plateforme, comme les autres avant elle, a porté de nombreux mythes sur la facilitation d'accès à la parole. Cela nous a incité à aller questionner le type de lieu de parole représentée par TikTok afin de comprendre comment appréhender notre objet d'étude,

partant de l'espace public numérique (Cardon, 2019) et de l'espace semi-public (Ertzcheid, 2013) pour arriver à la scène publique au sein d'une arène publique (Cefai, 2007) aux prises avec des thématiques de visibilité (Voirol, 2005) et de reconnaissance (Honneth, 1972). La dimension d'apparence apolitique des individus sur TikTok, de par leur jeune âge, offre une porte d'entrée intéressante quant à la multiplicité des significations investies, donnant au #lundi14septembre un sens parfois féministe mais aussi exposant la volonté d'en faire un objet de loisirs et de participer à une mobilisation, non pas par militantisme, mais pour se divertir ou parce que l'on aura été séduit par les caractéristiques et les bénéfices de s'y engager. Pour cette thèse, nous avons pensé les individus, non pas comme un bloc communautaire, mais en tant que réseau, relié par un hashtag qui permet à la fois de se regrouper, se reconnaître et aussi qui permet à TikTok de référencer du contenu dans son catalogue sans fin.

Afin de comprendre la façon d'appréhender les mobilisations socio-numériques et de découvrir de quoi elles sont révélatrices, nous avons structuré notre travail autour de trois hypothèses de recherche :

- Les mobilisations socio-numériques sont des représentations de l'espace public numérique ;
- Les mobilisations amatrices, c'est-à-dire issues de publics profanes, servent les mouvements militants plus traditionnels ;
- Les mobilisations socio-numériques permettent la création de lieu de différenciation ;

Avec la transformation numérique de la société, l'espace public a lui aussi été impacté : à la fois, plus de personnes peuvent prendre la parole et la façon de s'exprimer en public a été modifiée (Cardon, 2010). Ainsi, cela a interrogé la notion d'espace public et a construit notre première hypothèse : les mobilisations socio-numériques sont des représentations de l'espace public numérique. Nous avons voulu comprendre dans quelle mesure une mobilisation socio-numérique à l'aide d'un hashtag s'inscrit dans un espace public numérique. La discussion sur la polysémie autour de la notion d'espace public a ouvert notre réflexion pour nous amener à un ancrage théorique au sens habermasien de l'espace public. Nous avons mis en exergue la difficulté de la théorisation de ces conditions d'accès,

nécessitant une contextualisation permanente de la notion. Ainsi, l'espace public est mobilisé en tant que processus amenant les citoyens à raisonner collectivement en échangeant des arguments (Romeyer, 2011). Ce processus contient, lui-aussi, des inégalités d'accès et présente une idéalisation théorique bien qu'il serve d'ancrage pour notre réflexion. L'arrivée d'internet comme nouveau lieu de socialisation a permis alors de le penser comme un potentiel espace public, portant avec lui une promesse d'inclusivité plus grande. Toutefois, sa dimension multiple et hétérogène nous pousse à nuancer notre propos en questionnant la notion d'espace semi-public (Boyd, 2010 et Ertzcheid, 2013). TikTok, en premier lieu, a semblé valider les mythes autour des bénéfices de la numérisation numérique, proposant une facilité d'accès à la parole et à l'audibilité de celle-ci. Mais en second lieu, le sentiment de non-professionnalisme s'est révélé illusoire et a présenté un accès à la visibilité partielle, normée par des puissants algorithmes opaques. Malgré des traits et une apparence d'espace public numérique, le système de fonctionnement de TikTok l'empêche d'en être un. Ainsi, répondant à des critères de visibilité et reconnaissance, pas à des critères de visibilité et de débat, nous aboutissons à définir Tik Tok comme une scène publique numérique et non un espace public numérique. Notre première hypothèse est donc infirmée.

L'évolution de l'engagement militant (Ion, 1997) a permis des formes d'implications moins contraignantes et plus ponctuelles, notamment sur les dispositifs numériques. En 2017, le mouvement #MeToo a démontré le poids que les publics profanes ont apporté à des causes plus grandes. De ce fait, notre deuxième hypothèse a été de penser que les mobilisations amatrices, c'est-à-dire issues de publics profanes, servent les mouvements militants plus traditionnels. L'accessibilité et la popularisation des nouveaux outils numériques permettent à la fois aux groupes militants d'avoir accès à de nouveaux répertoires d'action et aussi aux individus profanes de pouvoir expérimenter des nouveaux lieux d'expression. Cela donne à voir alors un entremêlement des pratiques et des usages au sein d'une même scène publique numérique. Néanmoins, ces procédés n'ont pas les mêmes objectifs, le sens investi diffère. Internet donne la possibilité aux individus de montrer leur présence en exprimant une manifestation d'eux-mêmes, ils peuvent alors se construire, s'expérimenter et même s'émanciper. Toutefois nous avons démontré que cette promesse émancipatoire est illusoire. Les mobilisations socio-numériques ont besoin de visibilité et celle-ci est normée par le RSN sur lequel elles s'expriment. Pour que le sujet s'investisse, il doit être séduit. Le #lundi14septembre est devenue une *trend*, c'est-à-dire un contenu normé et référencé par le système grâce à un hashtag, ce qui lui a permis de bénéficier d'une forte visibilité. Il est

nécessaire de maîtriser les compétences communicationnelles propos à TikTok. Le propos est alors uniformisé et accredité la vision de Nietzsche (1883) d'un monde médiocre, conformisme et incapable de penser par lui-même. La quête de visibilité poursuivie par le sujet l'enferme dans des codes reproduisant les pratiques des classes dominantes. En voulant lutter initialement contre la sexualisation et l'objectification de leur corps, les lycéennes perpétuent les standards de beauté hétéronormés, occidentaux et patriarcaux : elles sont majoritairement jeunes, minces et blanches. Ainsi, l'émancipation visée par les mouvements militants traditionnels ne se retrouve pas dans la mobilisation socio-numérique amatrice, venant invalider également notre deuxième hypothèse.

Notre société actuelle est marquée par une individualisation croissante, accentuée par différents organismes mondiaux portant la promesse de répondre à nos besoins et à nos envies de façon individuelle, personnalisée et rapide. Pourtant, les nombreuses mobilisations socio-numériques laissent paraître un besoin de collectif, ce qui nous a amené à notre troisième et dernière hypothèse : les mobilisations socio-numériques permettent la création de lieu de différenciation (Cefaï, 2007). Bien qu'ayant constaté des modèles de représentation de soi homogènes nous faisant tendre vers un modèle d'identité numérique commune, il n'en demeure pas moins une volonté d'individualisation forte. La période adolescente est une période charnière dans la vie d'un individu, notamment dans son processus d'élaboration de son identité (Liebes, 1999). Les lycéennes oscillent donc entre la volonté d'appartenir à un groupe mais aussi de s'en démarquer. L'objectif poursuivi est celui de la reconnaissance leur permettant de se sentir exister. Notre étude a révélé que cette quête d'estime sociale est déséquilibrée. TikTok, en tant que scène publique numérique, est régie par des recherches de visibilité et de reconnaissance, toutes deux structurées par la logique du fonctionnement socio-économique de la plateforme. Notre travail a démontré une structuration des individus du #lundi14septembre se rapprochant de l'espace social tel que théorisé par Bourdieu (1994).

Sur TikTok, plusieurs champs (Bourdieu, 1979) coexistent, dont celui du #lundi14septembre. Comme tous les champs, la mobilisation possède ses spécificités, en termes d'enjeux, de règles et de type de capitaux spécifiques, ce qui permet la création d'un espace de communication (Odin, 2011) au sein duquel un faisceau de contraintes poussent les sujets à produire un sens sur le même axe de pertinence. Mais le #lundi14septembre est également un champ de forces, caractérisés par une distribution inégales des ressources, déterminant des positions différentes aux individus. Dans le but de mieux comprendre et de

mieux lire cette mobilisation, nous avons proposé une lecture de l'espace de communication (Odin, 2011) grâce à l'espace social (Bourdieu), ce qui nous a permis de découper trois classes : la classe populaire numérique, la classe moyenne numérique et classe dominante numérique, que nous synthétisons ci-dessous (voir figure 95). L'illusion du sentiment d'horizontalité est perpétrée par la création de collectifs transversaux, des « nous » qui, malgré des classes différentes, expérimentent des passages universels dans la vie comme la construction de soi hors du cercle familial à l'adolescence. La troisième hypothèse, malgré cela, est globalement invalidée.

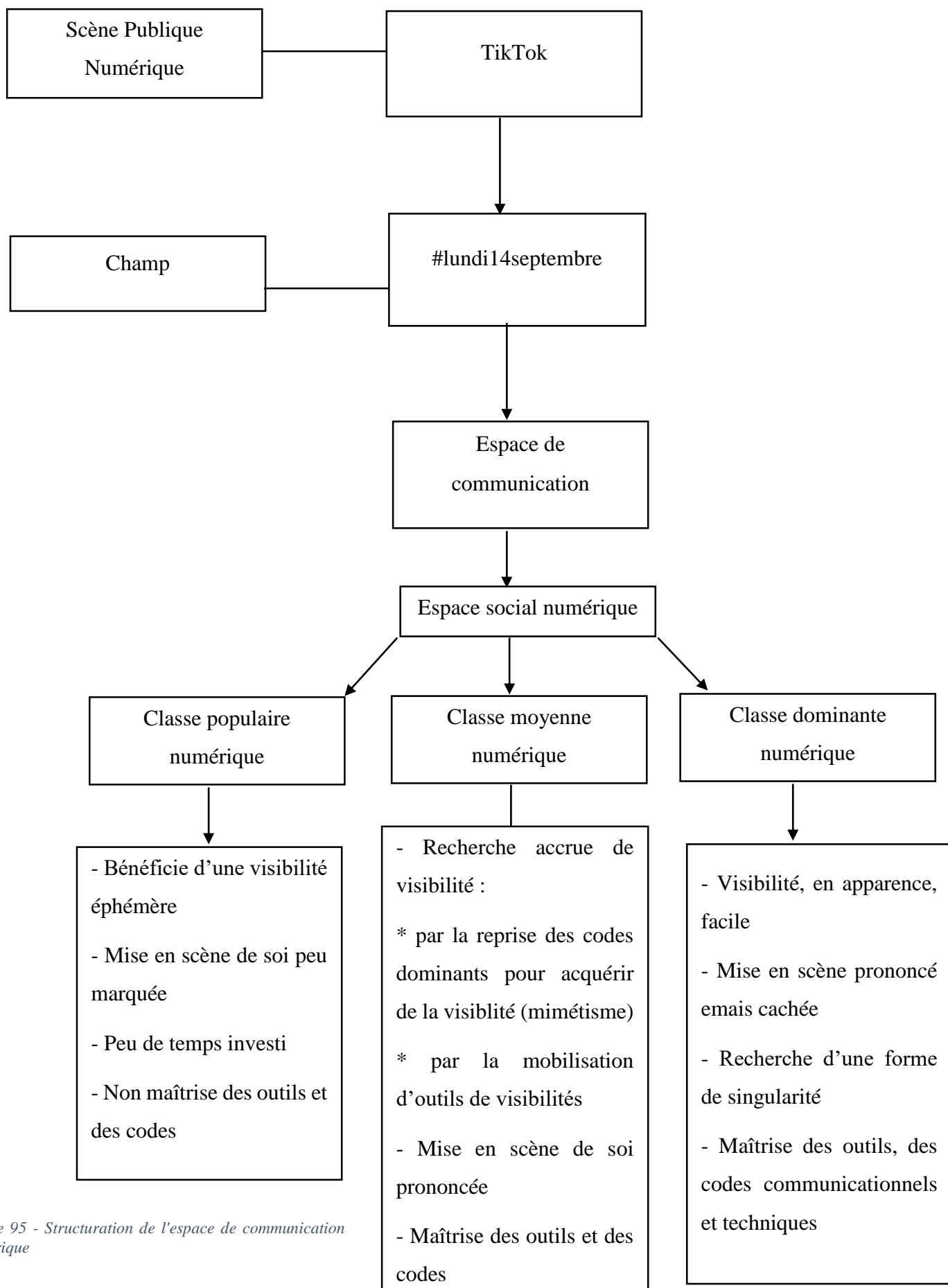


Figure 95 - Structuration de l'espace de communication numérique

Ce schéma permet, de façon synthétique, de comprendre le fonctionnement et la structuration sociale d'une tendance sur un RSN donné. A la question de quoi les mobilisations socio-numériques sont-elles révélatrices, nous pouvons, au terme de cette étude, répondre : elles sont révélatrices de la création d'espaces de communication numériques.

A l'avenir, il sera pertinent de le mobiliser pour tenter de l'appliquer à des terrains différents et donc de le généraliser. Il illustre que, dans le cas du #lundi14septembre sur TikTok, la promesse émancipatoire des RSN est remise en cause en exposant une reproduction et donc une pérennisation des codes dominants. En effet, malgré une publicisation féministe, le #lundi14septembre expose une féminité hégémonique, relevant de la « bonne » féminité (Karimi, 2018). Ainsi, au lieu de venir remettre en cause une vision patriarcale de la société, le mouvement semble en devenir un élément de promotion, en présentant des corps qui répondent aux critères de blancheur, de minceur et de jeunesse et illustre parfaitement le propos de La Boétie (1576) sur la servitude volontaire : les agents ne remettent pas le monde en question mais perpétuent et valident les normes des classes dominantes.

Les mobilisations socio-numériques s'inscrivent enfin dans un contexte d'accélération de notre société, dont les valeurs maîtresses sont l'immédiateté et la vitesse (Fernandez, 2011). Les *trends* sur les RSN en sont une parfaite illustration, leur durée de vie est infime et, afin de profiter de la visibilité portée par une tendance, il est nécessaire d'y participer à temps. De ce fait, les mobilisations socio-numériques, en devenant des tendances, doivent s'inscrire dans un contexte propice à sa publicisation. Quelques jours avant le #lundi14septembre, une jeune femme s'est vu refusé l'accès au Musée d'Orsay à Paris en raison de son décolleté jugé excessif. L'histoire, relayée sur les RSN, prend de l'ampleur et dès le lendemain, le musée présente ses excuses. On peut se demander si, sans ce fait, le #lundi14septembre aurait bénéficié d'autant de visibilité car, les années suivantes, malgré des tentatives de relance, le mouvement n'a jamais repris. Cette mobilisation socio-numérique a eu lieu « au bon endroit au bon moment », elle est initiée par les tendances du moment où elle se déroule. Les individus évoluent dans une société où rien ne déccélère (que ce soit les modes de vie ou l'innovation), ils se font alors prendre dans cette course effrénée et la pérennise. Le temps devient alors une matière première consommable et, en produisant du contenu normé et court, les individus participent à cette accélération. En plus de reproduire des codes patriarcaux, les lycéennes perpétuent et participent aux modalités du nouveau capitalisme (Boltanski et Chiapello, 1999). Celui-ci est caractérisé par une accumulation illimitée, sans

restriction de volume ou de quantité, provoquant à la fois de nombreux fantasmes mais aussi de nombreuses inégalités car, en se basant sur le principe de fructification du capital par le capital, il faut bénéficier en amont d'un capital (pour pouvoir le réinvestir et le faire croître de façon passive). Le #lundi14septembre propose aux individus de participer à cette accumulation de contenu, de validation sociale (à travers les *likes*) et de visibilité. Tout comme le capitalisme du milieu du XX<sup>ème</sup> siècle produisait une société du spectacle (Debord, 1967), le nouveau capitalisme continue d'enfermer les individus en tant que consommateurs d'une manifestation déshumanisée et aliénée par le spectacle. Occupés à tenir cette course à l'accumulation et au divertissement, les individus n'ont plus le temps de remettre réellement en cause l'ordre social établi. Ils définissent un problème, participent à sa publicisation avant de savoir ce qu'ils souhaitent pour le résoudre. Ainsi, ce n'est plus tant le fond mais la reconnaissance et la visibilité sous-jacents à une mobilisation qui attire. Les lycéennes du #lundi14septembre, au départ, voulaient lutter contre leur objectification. Elles finissent en demandant aux internautes de voter pour leur tenue. Souhaitant se démarquer et se singulariser, elles présentent des images d'elles conformes en s'inscrivant dans une *trend*.

Ces reproductions ne sont pas réellement conscientisées par les lycéennes, notamment du fait de leur jeune âge. S'exprimer en ligne relève pour elles davantage d'une pratique de construction de leur identité. Elles se retrouvent donc dans un espace de communication (Odin, 2011) dans lequel elles investissent un sens de construction de soi et d'émancipation, rappelant les ruptures générationnelles ancestrales et au sein duquel elles se retrouvent avec des individus à la recherche de visibilité et de capital symbolique. Celles qui auraient pu être perçues comme les instigatrices d'un espace public numérique, venues pour discuter et échanger autour d'un problème public et espérer une réaction, ne sont pas les plus visibles de la mobilisation. Les acteurs du champ de l'influence en ligne ont pu repérer et s'approprier une thématique émergente susceptible de leur apporter encore plus de visibilité.

L'accélération et le mélange des individus au sein de scènes publiques (présentées souvent avec les caractéristiques des espaces publics numériques), accène un coup à la liberté d'expression. Le numérique, au lieu d'ouvrir les échanges, les a renfermés, le tout poussé par des algorithmes toujours plus puissants et guidés par une volonté de personnalisation toujours plus grande. Le sujet est enfermé dans un espace créé sur-mesure pour lui et au sein duquel il perpétuera les règles à respecter en devenant un gardien des limites (Bourdieu, 1980). Se mobiliser *via* un hashtag peut transformer la mobilisation en trend sur le RSN. En effet, les hashtags sont de véritables indicateurs pour le RSN afin de référencer et de proposer



le contenu. Ainsi, les hashtags de mobilisation peuvent être utilisés pour du contenu sans rapport avec la revendication initiale, tout en bénéficiant de sa visibilité. Il y a donc un véritable paradoxe lorsque les lycéennes déclarent se mobiliser, chercher à se différencier tout en intégrant une tendance sur TikTok. Elles se conforment à ce que font les autres que ce soit en termes de contenu ou d'image véhiculées : luttant contre l'objectification, elles s'objectifient elles-mêmes. Une fois de plus, les RSN ne leur servent pas d'outil d'émancipation. Evidemment, il est impossible d'exclure totalement cette possibilité mais cela crée au moins autant de conformisme que d'émancipation. C'est pourquoi nous avons proposé une grille permettant de catégoriser les motivations (figure 39, p 121) des individus pour se regrouper en ligne :

- Motivation intrinsèque orientée vers autrui → Usage des RSN émancipatoire
- Motivation extrinsèque orientée vers autrui → Appartenance par le récit (conformisme)
- Motivation orientée vers soi → Opportunisme d'acquisition de visibilité et de reconnaissance

Ainsi, et c'est que cette thèse s'est évertuée à démontrer à travers l'exemple du #lundi14septembre, les mobilisations socio-numériques, bien qu'elles puissent servir d'arguments pour les collectifs militants, reproduisent les codes dominants, capitalistes et, dans notre cas, patriarcaux. L'émancipation promise par le numérique semble loin dans le cadre du #lundi14septembre. Cette mobilisation socio-numérique est symptomatique d'une société hétéroclite où, sur une même scène publique, évoluent à la fois des paroles militantes, des recherches de visibilité et de reconnaissance. L'accumulation d'informations et leur vitesse croissante de diffusion voilent le fond des problèmes publics, les discours sont réduits et compliquent la possibilité de création d'un espace public numérique avec, *in fine*, une action ou une réaction publique. TikTok diffuse donc une situation qui existe au préalable. Il ne faut donc ni voir le RSN comme un dispositif d'émancipation, ni comme un dispositif d'aliénation. TikTok évolue dans une société dont il se fait le miroir.

Ce travail doctoral s'est intéressé à une mobilisation socio-numérique portée par un public qui, dans sa majorité, était encore au lycée. Avec les différents apports de cette thèse, le

questionnement sur l'application de ces apports méthodologiques à d'autres types de publics s'ouvre. La grille de lecture de cette mobilisation socio-numérique lycéenne est-ellesymptomatique des jeunes générations ou de la société toute entière ?

## Table des figures

Figure 1 - Compte Instagram Borda Revolte.....	4
Figure 2 – Publication compte Instagram Borda Revolte.....	5
Figure 4 - Quatre familles de relations en ligne (Cardon, 2019).....	25
Figure 3 - Les traits de l'identité en ligne (Cardon, 2019).....	25
Figure 5 - Nombres de likes et commentaires par jour.....	27
Figure 6 - Répartition temporelle des vidéos .....	27
Figure 7 – Extrait commentaires vidéo 1.....	32
Figure 8 - Capture d'écran vidéo 49 .....	36
Figure 9 - Capture d'écran vidéo 97 .....	36
Figure 10 – Capture d'écran vidéo 84 .....	42
Figure 11 - Extrait commentaires vidéo 15 .....	44
Figure 12 - Extrait commentaires vidéo 11 .....	45
Figure 13 – Capture d'écran vidéo 33 .....	47
Figure 14 - Extrait commentaires vidéo 3 .....	50
Figure 15 - Extrait commentaires vidéo 13 .....	50
Figure 16 - Extrait commentaires vidéo 15 .....	50
Figure 17 - Catégorisation des comptes TikTok en fonction de leur niveau d'influence ....	57
Figure 18 - Répartition des statuts d'influence par jour.....	58
Figure 19 - Taux d'engagement des vidéos de non-influence .....	59
Figure 20 - Taux d'engagement par niveau d'influence (nano-influence).....	60
Figure 21 - Taux d'engagement par niveau d'influence (micro-influence).....	61
Figure 22 - Taux d'engagement par niveau d'influence (macro-influence).....	61
Figure 23 - Extrait commentaires vidéo 3 (Proximité avec la personne) .....	70
Figure 24 - Capture d'écran vidéo 52 .....	72
Figure 25 - Couverture du magazine Dazed et la photo du collectif Nemesis .....	80

Figure 26 - Capture d'écran vidéo 47 .....	100
Figure 27 - Extraits commentaires vidéo 8.....	102
Figure 28 – Captures d'écran vidéo 3 .....	102
Figure 29 - Description compte Instagram @borda_revolte .....	104
Figure 30 - Captures d'écran vidéos 8, 16 et 17 .....	105
Figure 31 - Captures d'écran vidéo 11 .....	105
Figure 32 - Capture d'écran vidéo 39 .....	107
Figure 33 - Extraits commentaires vidéos 1 et 11 .....	108
Figure 34 - Captures d'écran vidéo 20.....	109
Figure 35 - Extraits commentaires vidéo 8 et 13.....	111
Figure 36 - Extrait commentaires vidéo 11 .....	112
Figure 37 - Exemples d'appel à action au sein des vidéos.....	115
Figure 38 - Cadre théorique des motivations à faire suivre un message viral (Beriche et Salerno, 2017).....	116
Figure 39 - Catégorisation des motivations à se mobiliser en ligne.....	123
Figure 40 - Répartition des recherches d'augmentation des capitaux.....	131
Figure 41 - Répartition des recherches d'augmentation des capitaux par niveau d'influence .....	132
Figure 42 - Captures d'écran vidéo 50.....	134
Figure 43 - Capture d'écran vidéo 73 .....	135
Figure 44 - Répartition des statuts d'influence par jour.....	138
Figure 45 - Extrait commentaires vidéo 2 .....	140
Figure 46 - Captures d'écran vidéo 94 & 96.....	142
Figure 47 - Extraits commentaires vidéo 20.....	144
Figure 48 - Extraits commentaires vidéo 19.....	145
Figure 49 - Captures d'écran vidéo 65 & 69.....	145

Figure 50 - Capture d'écran vidéo 85 .....	146
Figure 51 - Capture d'écran vidéo 2 .....	147
Figure 52 - Fogg Behavior Model (2009) .....	150
Figure 53 - Capture d'écran vidéo 42 .....	155
Figure 54 - Récurrence des audios utilisés .....	162
Figure 55 - Captures d'écran vidéos 19, 44 et 62 .....	163
Figure 56 - Captures d'écran vidéos 5, 48 et 83 .....	164
Figure 57 - Captures d'écran vidéos 10 et 11 .....	165
Figure 58 - Captures d'écran vidéo 7 et 14 .....	166
Figure 59 - Extraits commentaires vidéo 1 et 8 .....	174
Figure 60 - Extraits commentaires vidéos 1, 11 et 12 .....	176
Figure 61 - Capture d'écran vidéo 88 .....	177
Figure 62 - Captures d'écran vidéos 20 et 28 .....	177
Figure 63 - Capture d'écran vidéo 13 .....	190
Figure 64 - Extrait commentaires vidéo 13 .....	191
Figure 65 - Extrait commentaires vidéo 8 .....	193
Figure 66 - Extrait commentaires vidéo 2 .....	194
Figure 67 - Mobilisation du "nous" et du "vous" au sein des descriptions de vidéo .....	195
Figure 68 - Extrait commentaires vidéo 8 .....	197
Figure 69 - Captures d'écran vidéos 1, 29 et 58 .....	199
Figure 70 - Descriptions vidéos 8, 17 et 53 .....	200
Figure 71 - Extrait commentaires vidéo 17 .....	201
Figure 72 - Capture d'écran vidéo 30 .....	202
Figure 73 - Capture d'écran vidéo 56 .....	202
Figure 74 - Captures d'écran vidéo 27, 80 et 84 .....	204

Figure 75 - Tableau récapitulatif structuration de l'espace de communication du #lundi14septembre .....	211
Figure 76 - Extrait commentaires vidéo 11 .....	214
Figure 77 - Captures d'écran vidéo 18 et 28 .....	216
Figure 78 - Extraits commentaires vidéos 3, 12 et 17 .....	217
Figure 79 - Eléments sémantiques sororales sur les vidéos.....	222
Figure 80 - Eléments sémantiques sororales dans les descriptions des vidéos .....	223
Figure 81 - Extrait commentaires vidéo 8 .....	224
Figure 82 - Extrait commentaires vidéo 19 .....	225
Figure 83 - Captures d'écran vidéos 50 et 95 .....	226
Figure 84 - Extrait commentaires vidéo 8 .....	231
Figure 85 - Extrait commentaires vidéo 6 .....	232
Figure 86 - Extrait commentaires vidéo 1 .....	233
Figure 87 - Extrait commentaires vidéo 1 .....	235
Figure 88 - Extrait commentaires vidéo 17 .....	236
Figure 89 - Extraits commentaires vidéos 1, 3, 11 et 13 .....	241
Figure 90 - Capture d'écran vidéo 80 .....	243
Figure 91 - Description compte vidéo 80 .....	243
Figure 92 - Extrait commentaires vidéo 1 .....	248
Figure 93 - Extrait commentaires vidéo 3 .....	251
Figure 94 - Nombre de like et de commentaires sur les 20 premières vidéos.....	252
Figure 95 - Structuration de l'espace de communication numérique .....	266

## Bibliographie

- ALLARD, Claude. (2007). « Lolitas », du mythe à la réalité. *La lettre de l'enfance et de l'adolescence*, 68, 41-47.
- ALLARD, Laurence. (2015). L'engagement du chercheur à l'heure de la fabrication numérique personnelle. *Hermès, La Revue*, 73, 159-167.
- ALLARD, Laurence. (2021). Culture mobile « algo-rythmée » : TikTok comme scène globalisée des causes mobilisatrices #BlackLivesMatter, #digitalintifada. *L'Observatoire*, 58, 69-71.
- ALLOING, Camille, CORDELIER, Benoit & YATES, Stéphanie. (2021) Pour une approche communicationnelle de l'influence, *Communication & Organisation*, 60, 11-20.
- ALLCOTT, Hunt, & GENTZKOW, Matthew. (2017). Social Media and Fake News in the 2016 Election. *Journal of Economic Perspectives*, 31, 211-236.
- ARAGON, Sandrine. 2020. La galanterie à la française, une forme déguisée de sexisme, *The Conversation*, [en ligne], publié le 15 mars 2020
- ARENDDT, Hanna. (1958). *Condition de l'homme moderne, la condition humaine*. Paris, Nathan.
- AUBERT, Nicole. & HAROCHE, Claudine. (2011). *Les tyrannies de la visibilité : Être visible pour exister ?* Érès.
- BACQUE, Marie-Hélène. & BIEWENER, Carole. (2013). L'empowerment, un nouveau vocabulaire pour parler de participation ? *Idées économiques et sociales*, 173, 25-32.
- BADOUARD, Romain. (2017). *Le désenchantement de l'Internet. Désinformation, rumeur et propagande*. Limoges, FYP Editions
- BADOUARD, Romain. (2021). *Shadow ban : L'invisibilisation des contenus en ligne*. *Esprit*, 75-83.
- BALLEYS, Claire. (2016). 9. « Nous les mecs ». La mise en scène de l'intimité masculine adolescente sur YouTube. Dans : MARTIN Olivier, éd., *L'ordinaire d'internet : Le web dans nos pratiques et relations sociales*. 182-202. Paris : Armand Colin.
- BARD, Christine. BERANGER, Alix. CARBUNAR, Clara. DE HAAS, Caroline. BEJA, Alice. (2013). Le militantisme féministe aujourd'hui. *Esprit*, 10, 68-84.
- BARATS, Christine. (2013). *Manuel d'analyse du web en Sciences Humaines et Sociales*. Armand Colin.
- BARUS-MICHEL, Jacqueline. (2011). Une société sur écrans. Dans AUBERT, Nicole. & HAROCHE, Claudine. (2011). *Les tyrannies de la visibilité : Être visible pour exister ?* 25-38. Érès.
- BASTIDE, Lauren. (2020). *Présentes. Ville, médias, politique : quelle place pour les femmes ?* Allary Editions.

- BEJA, Alice. (2012). L'espace public, le bien commun par excellence. *Esprit*, 11, 71-72.
- BEN AMOR, Samy. & GRANGET, Lucia. (2011). L'identité numérique : De la construction au suicide en 52 minutes. *Les Cahiers du numérique*, 7, 103-115
- BERRICHE, Amira. & SALERNO, Daphné. (2017). La motivation à partager un message préventif viral : application à une vidéo d'éducation financière sur Facebook, *Décisions Marketing*, 86, 2, 9-29.
- BERTRAND, David. (2018). L'essor du féminisme en ligne : Symptôme de l'émergence d'une quatrième vague féministe ? *Réseaux*, 208-209, 232-257.
- BERTRAND, David. (2020). *Analyse structuro-cognitive d'une lutte pour la reconnaissance : l'émergence d'une quatrième vague féministe en France*. [Thèse de doctorat] Université de Bordeaux.
- BESNIER, Jean-Michel. (2010). Le posthumanisme ou la fatigue d'être libre. *La pensée de midi*, 30, 75-80.
- BIGET, Magali. (2018). Twitter et l'inscription de soi dans le discours: L'ethos pris au piège (ou pas) de la frontière sphère privée/sphère publique. *Les Cahiers du numérique*, 14, 55-75.
- BIRMAN, Joël. (2011). Je suis vu, donc je suis : la visibilité en question. Dans AUBERT, Nicole. & HAROCHE, Claudine. (2011). *Les tyrannies de la visibilité : Être visible pour exister ?* 39-52. Érès.
- BOUILLOUD, Jean-Philippe. (2011). Du monde de la parole au règne du visible : La revanche de saint Thomas. AUBERT, Nicole. & HAROCHE, Claudine. (2011). *Les tyrannies de la visibilité : Être visible pour exister ?* 55-76. Érès.
- BOLTANSKI, Luc & CHIAPELLO, Eve. (1999). *Le nouvel esprit du capitalisme*. Essais
- BOUQUILLION, Philippe. & MATTHEWS, Jacob T. (2010). *Le Web collaboratif. Mutations des industries de la culture et de la communication*. Presses universitaires de Grenoble
- BOURDIEU, Pierre & PASSERON, Jean Claude. (1970). *La Reproduction*. Les éditions de minuit
- BOURDIEU, Pierre. Séminaires sur le concept de champ, 1972-1975 : Introduction de Patrick Champagne. *Actes de la recherche en sciences sociales*, 200, 4-37.
- BOURDIEU, Pierre. (1973). L'opinion publique n'existe pas, *Les Temps modernes*. 318. 1973.
- BOURDIEU, Pierre. (1977). Sur le pouvoir symbolique. Dans : *Annales. Economies, sociétés, civilisations*. 32<sup>e</sup> année. 3. 405-411.
- BOURDIEU, Pierre. (1979). *La distinction. Critique sociale du jugement*. Les éditions de minuit.
- BOURDIEU, Pierre. (1980). Le capital social. Dans : *Actes de la recherche en sciences sociales*. 31. 2-3.



- BOURDIEU P. (1992), *Les Règles de l'art. Genèse et structure du champ littéraire*. Paris, Seuil.
- BOURDIEU, Pierre. (1996). *Sur la télévision*. Raisons d'agir.
- BOURDIEU, Pierre. (1998). *La domination masculine*. Points.
- BOUTINET, Jean-Pierre. (2006). L'individu-sujet dans la société postmoderne, quel rapport à l'événement ? *Pensée plurielle*, 3, 37-47.
- BOWLBY, John. (1969). *Attachment and loss, vol. 1. Attachment*, New-York, Basic Books. trad. par KALMANOVITCH, J., *Attachement et perte, vol. 1. L'attachement*, Paris, Puf, 1978
- BOYD, Danah, (2010). « Privacy and publicity in the context of Big Data », WWW.
- BREHA, Hélène. (2022). *Les féminismes à l'ère d'internet*. Institut National de l'Audiovisuel
- BRUN, Josette. (dir.) (2020). *De l'exclusion à la solidarité. Regards intersectionnels sur les médias*. Editions du Remue-ménage.
- BRUNEEL, Emmanuelle. (2022). *Genre et médias. Quelles représentations ?* Collection « Communication et Civilisation », L'Harmattan.
- BUTLER, Judith. (1990). *Trouble dans le genre*. La découverte.
- BUTLER, Judith. (2006) *Défaire le genre*. Paris, Éd. Amsterdam.
- BUTLER, Judith. (2016). *Rassemblement*. Fayard
- CARDON, Dominique. (2010) « Les réseaux sociaux en ligne et l'espace public », *L'Observatoire*. 37, 74-78.
- CARDON, Dominique. (2010). *La démocratie Internet. Promesses et limites*. Seuil.
- CARDON, Dominique. (2015) *A quoi rêvent les algorithmes*. Seuil.
- CARDON, Dominique. (2019). *Culture numérique*. Presses de Sciences Po.
- CARDON, Dominique & GRANJON, Fabien. (2014) *Médiactivistes*. Presses de Sciences Po
- CEFAÏ, Daniel. (1996). « La construction des problèmes publics. Définitions de situations dans des arènes publiques », *Réseaux*, 75, 43-66.
- CEFAÏ, Daniel. (2007). *Pourquoi se mobilise-t-on ?* La découverte.
- CEFAÏ, Daniel. (2016). Les problèmes, leurs expériences et leurs publics : une enquête pragmatiste. *Sociologie et sociétés*, 51, 33–91.
- CHAMPAGNE Patrick. (1984). « La manifestation. La production de l'événement politique », *Actes de la Recherche en Sciences Sociales*, n° 52-53, pp. 18-41.
- CHAUVEL, Louis. (2010 [1998]). *Le destin des générations : Structure sociale et cohortes en France du XX<sup>e</sup> siècle aux années 2010*. Presses Universitaires de France.

- CHOLET, Mona. (2012). *Beauté Fatale*. Paris : La découverte.
- CITOT, Vincent. (2004). Les temps hypermodernes, de Gilles Lipovetsky. *Le Philosophoire*, 22, 184-188.
- CITTON, Yves (dir). (2014). *L'économie de l'attention : Nouvel horizon du capitalisme ?* La Découverte.
- CORROY, Laurence. (2012). Quand les jeunes s'emparent des médias. *Cahiers de l'action*. 35, 27-34.
- COURT, Martine. (2007). La construction du rapport à la beauté chez les filles pendant l'enfance : quand les pratiques entrent en contradiction avec les représentations du travail d'embellissement du corps. *Sociétés & Représentations*, 24, 97-110.
- CRANO, William. D. (2012) *The Rules of Influence : Winning When You're in the Minority*, New York, St Martin's Press.
- DALIBERT, Marion. & QUEMENER, Nelly. (2016). Femen. La reconnaissance médiatique d'un féminisme aux seins nus. *Mots. Les langages du politique*, 111, 83-102.
- DE BEAUVOIR, Simone. (1947). *Pour une morale de l'ambiguïté*. Folio Essais
- DE BEAUVOIR, Simone. (1949). *Le Deuxième Sexe*. Folio Essais
- DE LA BOETIE, Etienne. (1576). *Discours de la servitude volontaire*. Milles et une nuits.
- DE SINGLY, François. (2016). L'identité contre l'égalité. Dans : Catherine Halpern éd., *Identité(s): L'individu, le groupe, la société* (pp. 78-80). Auxerre : Éditions Sciences Humaines.
- DEBORD, Guy. (1967). *La société du spectacle*. Gallimard
- DELMAS, Corinne. (2011). *Sociologie politique de l'expertise*, La Découverte.
- DEWEY, John. (1927). *Le public et ses problèmes*. Trad. De l'américain par G. DELEDALLE, Paris, Presses universitaires de France, 1993.
- DEWITTE, Jacques. (2010). *La manifestation de soi*. La découverte.
- DUBET, François. (1994). *Sociologie de l'expérience*. Seuil.
- DUBET, François. (2017). Frustration relative et individualisation des inégalités. *Revue de l'OFCE*, 150, 11-26.
- DUQUET, Francine. (2013), L'hypersexualisation sociale et les jeunes. *Cerveau & Psycho*, 15, 38-45.
- DUVELLE-CHARLES, Elvire. (2022). *Féminisme et réseaux sociaux : une histoire d'amour et de haine*. Hors d'atteinte.
- EBONGUE, Amélie. (2021). *Génération TikTok. Un nouvel eldorado pour les marques*. Dunod.
- ELIAS, Norbert. (1987). *La société des individus*. Pocket.

- ERTZSCHEID, Olivier. (2013). *Qu'est-ce que l'identité numérique ? Enjeux, outils, méthodologies*. OpenEdition Press.
- FALUDI, Susan. (1991). *Backlash: La guerre froide contre les femmes*. Éditions des femmes.
- FARGE, Arlette. (1992). *Dire et mal dire. L'opinion publique au XVIIIe siècle*. Seuil.
- FERNANDEZ, Benjamin. (2011). Le temps de l'individuation sociale. *Revue du MAUSS*, 38, 339-348.
- FESTINGER, LEON. (1957). *A Theory Of Cognitive Dissonance*. Stanford University Press
- FLICHY, Patrice. (2008). Internet et le débat démocratique. *Réseaux*, 150, 159-185
- FLICHY, Patrice. (2010). *Le sacre de l'amateur. Sociologie des passions ordinaires à l'ère du numérique*. Editions du Seuil et La République des idées.
- FLIPO, Fabrice. (2011). L'émancipation aujourd'hui. *Revue du MAUSS*. 38. 369-384.
- FRANCK, Georg. (2014). Chapitre 2. Économie de l'attention. Dans : CITTON, Yves. éd., *L'économie de l'attention : Nouvel horizon du capitalisme ?* (55-72). Paris: La Découverte.
- FRIEDAN, Betty. (1963). *La femme mystifiée*. Belfond. Trad de l'américain par Yvette ROUDY.
- FOGG, Brian Jeffrey (2009). A behavior model for persuasive design, *Proceedings of the 4th International Conference on Persuasive Technology*, 40, 1–7.
- FOUCAULT, Michel. (1967). *Des espaces autres*. Conférence. Re transcrite dans *Empan*, 54. 2. 12-19 (2004)
- FOUCAULT, Michel. (1976). *Histoire de la sexualité, I : La volonté de savoir*. Gallimard.
- FRASER, Nancy. (2003), « 5. Repenser l'espace public : une contribution à la critique de la démocratie réellement existante », in. RENAULT, Emmanuel et SINTOMER, Yves (dir.), *Où en est la théorie critique ?* La découverte, Paris. 103-134.
- FRIEDMANN, Lisa. (2011). Se comparer aux autres. *Sciences Humaines*, 224, 13-13.
- GARCIA, Manon. (2018). *On ne naît pas soumise, on le devient*. Climats
- GARDIEN, Ève. (2017). Qu'apportent les savoirs expérientiels à la recherche en sciences humaines et sociales ? *Vie sociale*. 20. 31-44.
- GAZALÉ, Olivia. (2017). *Le mythe de la virilité*. Robert Laffont
- GEORGES, Eric. (2019). *Numérisation de la société et enjeux sociopolitiques 2 : Numérique, information et recherche*. ISTE Editions.
- GEORGES, Fanny. (2010). *Identités virtuelles. Les profils utilisateur du web 2.0*. Questions théoriques
- GEORGES, Fanny. (2011). L'identité numérique sous emprise culturelle : De l'expression de soi à sa standardisation. *Les Cahiers du numérique*, 7, 31-48.

- GILBERT, Claude. & HENRY, Emmanuel. (2012). La définition des problèmes publics : entre publicité et discrétion. *Revue française de sociologie*, 53, 35-59.
- GOFFMAN, Erving. (1956). *La mise en scène de la vie quotidienne. 1 La présentation de soi*. Les éditions de minuit.
- GOFFMAN, Erving. (1975). *Stigmate. Les usages sociaux des handicaps*. Collection Le sens commun
- GOFFMAN, Erving. (1977) La ritualisation de la féminité. In: *Actes de la recherche en sciences sociales*. Présentation et représentation du corps. 14. 34-50.
- GOLIOT-LETE, Anne. & VANOYE, Francis. (2009) *Précis d'analyse filmique, 2ème édition*. Armand Colin
- GOZLAN, Angélique. (2022), Réseau, mon beau réseau social, influence-moi !. *Adolescence*. 402. 403-416
- GRAMSCI, Antonio. (1948). *Cahiers de prison*. Gallimard.
- GRANJON, Fabien. (2001). *L'Internet militant. Mouvement social et usages des réseaux télématiques*. Apogée
- GRANJON, Fabien. (2003). Les militants-internautes. *Communication*, 22, 11-32.
- GRANJON, Fabien. (2010). Le « non-usage » de l'internet : reconnaissance, mépris et idéologie. *Questions de communication*. 18. 37-62
- GRANJON, Fabien. (2020). *Classes populaires et usages de l'informatique connectée. Des inégalités sociales-numériques*. Presses des Mines
- GRANJON, Fabien. (2022). Inégalités sociales, disposition et usage du numérique. *Éducation et sociétés*, 47, 81-97
- GRANOVETTER, Mark. (1973). The strength of weak ties, *The American Journal of Sociology*, 78. 1360-1380.
- GREIMAS, Algirdas Julien. (1966). *Sémantique structurale. Recherche de méthode*. Puf.
- GUNTHER, André. (2016, 13 novembre). Et si on arrêta avec les bulles de filtre ? *L'image sociale, Le carnet de recherches d'André Gunthert*
- HABERMAS, Jürgen. (1962). *L'espace public. Archéologie de la publicité comme dimension constitutive de la société bourgeoise*. Payot.
- HALPERN, Catherine. (2013). Axel Honneth et la lutte pour la reconnaissance. Dans : ANDRE, Christophe éd., *La reconnaissance : Des revendications collectives à l'estime de soi* (12-15). Auxerre : Éditions Sciences Humaines.
- HARAWAY, Donna. (1985) *Manifeste cyborg et autres essais. Sciences-Fictions-Féminismes*. Anthologie établie par Laurence ALLARD, Delphine GARDEY et Nathalie MAGNAN. Paris. Exils. Essais. 2007.

- HAROCHE, Claudine. (2011). L'invisibilité interdite. Dans : AUBERT, Nicole. & HAROCHE, Claudine. (2011). *Les tyrannies de la visibilité : Être visible pour exister ?* 77-102. Érès.
- HEAS, Stéphane. (2016). Stigmates et stigmatisations dans le contexte contemporain de vulnérabilité. Dans : Christophe DARGERÉ et Stéphane HEAS éd., *La chute des masques : De la construction à la révélation du stigmate*. 73-88. FONTAINE: Presses universitaires de Grenoble.
- HENNIG-THURAU, Thorsten. GWINNER, K.P., WALSH, Gary. & GREMLER, Dwayne D. (2004). Electronic word-of-mouth via consumer-opinion platforms: what motivates consumers to articulate themselves on the Internet? *Journal of Interactive Marketing*, 18(1), 38-52.
- HERT, Philippe. (1999). Internet comme dispositif hétérotopique. *Hermès la Revue*. 3. 25. 93-107
- HILGARTNER Stephen. & BOSK Charles. (1988), The Rise and Fall of Social Problems : A Public Arena Model, *American Journal of Sociology*, 94, 1, 53-76.
- HONNETH, Axel. (1992) La lutte pour la reconnaissance. *Folios*
- HONNETH, Axel. (2020). Les conflits sociaux sont des luttes pour la reconnaissance. (Propos recueillis par Catherine Halpern). *Sciences Humaines*. HS. 35-37.
- HORTON, Donald. & WOHL, Richard. (1956). Mass Communication and Parasocial Interaction: Observations on Intimacy at a Distance'. *Psychiatry*. 19. 215-29
- HÜBNER, Léna A. & PILOTE, Anne-Marie. (2020). « Mobilisations féministes sur Facebook et Twitter ». *Terminal*, 127.
- ION, Jacques. (1997). *La fin des militants ?* Editions de l'Atelier.
- ION, Jacques. (2017). L'engagement des jeunes. *La revue lacanienne*, 18, 177-184.
- JOST, François. (1987). *L'Œil-caméra. Entre film et roman*, Presses universitaires de Lyon.
- JOUËT, Josiane, NIEYMER, Katharina, & PAVARD, Bibia. (2017). « Faire des vagues. Les mobilisations féministes en ligne ». *Réseaux*, 201, 21-57
- JOULE, Robert-Vincent & BEAUVOIS, Jean-Léon. (1987). *Petit traité de manipulation à l'usage des honnêtes gens*. Presses universitaires de Grenoble
- JOUËT, Josiane. (2022). *Numérique, féminisme et société*. Presses des Mines
- JOURDAIN, Anne. & NAULIN, Sidonie. (2019). *La sociologie de Pierre Bourdieu*. Paris: Armand Colin.
- KARIMI, Hanane. (2018). *Assignment à l'altérité radicale et chemins d'émancipation : étude de l'agency de femmes musulmanes françaises*. [Thèse de doctorat]. Université de Strasbourg.
- LALLEMENT, Michel. (2023). Chapitre 6. Max Weber, une sociologie compréhensive du monde moderne. Dans : Michel Lallement, *Histoire des idées sociologiques : Des origines à Weber* (230-281). Paris: Armand Colin.

- LAMBERT, Caroline. (2008). Maternité ou rivalité féminine. *Spirale*, 47, 139-149.
- LARDELLIER, Pascal. (2006). *Le pouce et la souris : enquête sur la culture numérique des ados*. Fayard
- LAUGIER, Sandra. & MOLINIER, Pascale. (2009). Politiques du care. *Multitudes*, 37-38, 74-75.
- LAURENS, Stéphane. (2014) Les relations d'influence et leurs représentations. *Revue européenne des sciences sociales*. 52. 43-71.
- LIEBES, Tamar. (1999). « Serai-je belle, serai-je riche ? » Images culturelles de la réussite chez les adolescentes. Dans: *Réseaux*. 17. 98. 1999. Médias et mouvements sociaux. 189-215. Trad. par Marie-Christine GAMBERINI
- LITS, Marc. (2014). L'espace public : concept fondateur de la communication. *Hermès, La Revue*. 70. 77-81.
- LONGHI, Julien. & VERNET, Samuel. (2023). Quelle place pour les réseaux sociaux numériques dans la production et la circulation des discours de haine ? *Réseaux*, 241, 11-35.
- LUYSSSEN, Johanna. (2017). « Pop féminisme », *Dictionnaire des féministes*, PUF. 1150-1152
- MABI, Clément (2017). « Citoyen hackeur. Enjeux politiques des civic tech », *La Vie des idées*. ISSN : 2105-3030.
- MABI, Clément. (2019). « Civic tech » *Publictionnaire. Dictionnaire encyclopédique et critique des publics*.
- MANNOORETONIL, Agnès. (2021). La sororité, pour quoi faire ? *Études*, 91-104
- MARDON, Aurélie. (2011). La génération Lolita : Stratégies de contrôle et de contournement. *Réseaux*, 168-169, 111-132.
- MARIGNIER, Noémie. (2015). L'agentivité en question : étude des pratiques discursives des femmes enceintes sur les forums de discussion. *Langage et société*, 152, 41-56.
- MASLOW, Abraham. (1956). *Devenir le meilleur de soi-même*. Eyrolles
- MCROBBIE, Angela. (2008). *The aftermath of feminism : Gender, culture and social change*. Londres: SAGE Publication.
- MEHL, Dominique. (1996). *La télévision de l'intimité*. Seuil
- MERCIER, Elisabeth. (2016). Sexualité et respectabilité des femmes : la slutwalk et autres (re)configurations morales, éthiques et politiques. *Nouvelles Questions Féministes*, 65. 16-31.
- MIEGE, Bernard. (2010). *L'espace public contemporain*. PUG
- MIEGE, Bernard. (2020). *La numérisation en cours de la société*. PUG
- MIRIAM, Kathy. (2012). Feminism, Neoliberalism, and SlutWalk. *Feminist Studies*, 38, p. 262-266

- MOEGLIN, Pierre. (2018). Publiciser la recherche. Quand Études de communication aidait à faire connaître le Séminaire « Industrialisation de la Formation ». *Etudes de communication*, 50, 175-190.
- MONDOUX, André. (2011). Identité numérique et surveillance. *Les Cahiers du numérique*, 7, 49-59.
- MORIN, Edgar. (1987). *Penser l'Europe*. Gallimard.
- MUTOMBO, Ketsia & SALMONA, Laura. (2023). *Politiser les cyberviolences : Une lecture intersectionnelle des inégalités de genre sur internet*. Le Cavalier Bleu.
- NEGT, Oskar. (2007). *L'espace public oppositionnel*. Payot
- NEVEU, Érik. (1996). *Sociologie des mouvements sociaux*. La Découverte.
- NEVEU, Érik (1999). Médias, mouvements sociaux, espaces publics. *Réseaux*, 98, 17-85.
- NIETZSCHE, Friedrich. (1883). *Ainsi parlait Zarathoustra*. Flammarion.
- NOËLLE-NEUMANN, Elisabeth. (1989). La spirale du silence : Une théorie de l'opinion publique. *Hermès, La Revue*, 4, 181-189.
- OCTOBRE, Sylvie. (2014). *Deux pouces et des neurones. Les cultures juvéniles à l'ère médiatique à l'ère numérique*. La documentation française.
- PAQUOT, Thierry. *L'espace public*. La Découverte, 2009
- PARISER, Eli. (2011) *The Filter Bubble. What the Internet Is Hiding from You*, New York, Penguin Press
- PAVARD, Bibia. ROCHEFORT, Florence & ZANCARINI-FOURNEL, Michelle. (2020). *Ne nous libérez pas, on s'en charge : Une histoire des féminismes de 1789 à nos jours*. La Découverte.
- PERROT, Michelle. (2020). *La place des femmes : une difficile conquête de l'espace public*. Textuel.
- PÉQUIGNOT Julien (2014), Dispersion des écrans et normalisation des spectateurs. Le cas du clip musical, *Écrans*, n°2, « Spectateurs et écrans ». 107-118
- PÉQUIGNOT Julien (2016), « Jeu(x) d'écran(s). Noob et ses spectateurs internautes participatifs », Dans : CHATEAUVERT Jean, DELAVAUD Gilles (dir.), *D'un écran à l'autre : les mutations du spectateur*, Paris, INA/L'Harmattan (coll. « Les Médias en actes »), 531-544
- PEQUIGNOT, Julien. (2018). Du dispositif à la disposition. Le web participatif comme espace de communication mental. *Actes du XXI e Congrès de la SFSIC, Création, créativité et médiations, vol. 3 : Objets techniques, dispositifs et contenus*, 202-213.
- PHILLIPS, Nicki D. (2016). *Beyond blurred lines: Rape culture in Popular Media*. Rowman & Littlefield Publishers.
- PRÉVOST, Héloïse. (2017). Le militantisme et ses effets sur l'empowerment de travailleuses rurales au Brésil. *Cahiers du Genre*. 63. 45-66.

- ODIN, Roger. (2011). *Les espaces de communication*. PUG.
- QUEMENER, Nelly. (2015). Relooquez-vous ! Des plateformes numériques à l'appui du spectateur expert de son propre look. *Études de communication*, 44, 29-46.
- QUEMENER, Nelly. (2016). « Ma chérie, il faut révéler ta féminité ! » : Rhétorique du choix et de l'émancipation dans les émissions de relooking en France. *Raisons politiques*, 62, 35-49.
- REY-ROBERT, Valérie. (2020). *Une culture du viol à la française*. Libertalia
- RHEINGOLD, Howard. (1993). *The Virtual Community*. Basic Books.
- ROMEYER, Hélène. (2004). *L'autoréflexivité télévisuelle en France : entre communication médiatique et espace public de débat*. [Thèse de doctorat]. Université Grenoble 3
- ROMEYER, Hélène. (2011). *Approche communicationnelle de la notion de publicisation*. [HDR] Université Grenoble 3
- ROMEYER, Hélène. & MOKTEFI, Amirouche. (2013). Pour une approche interdisciplinaire de la prévention. *Communication & langages*, 176, 33-47.
- ROMEYER, Hélène. (dir.) (2024). *La communication au cœur des dynamiques de l'expertise*. Eud.
- ROSA, Hartmut. (2010). *Aliénation et accélération. Vers une théorie critique de la modernité tardive*. La Découverte
- SCOTT, Joan (1988). Genre : Une catégorie utile d'analyse historique. *Les cahiers du GRIF*, 37-38, 125-153
- SENNETT, Richard. (2000). *Le travail sans qualité. Les conséquences humaines de la flexibilité*. Albin Michel.
- STIEGLER, Bernard. (2014). Chapitre 6. L'attention, entre économie restreinte et individuation collective. Dans : CITTON, Yves. éd., *L'économie de l'attention: Nouvel horizon du capitalisme ?* 121-135. Paris : La Découverte.
- THIERS, Éric. (2017). L'anti-élitisme : une passion française? *Pouvoirs*, 161, 19-29
- THOMAS, William Isaac. & THOMAS, Dorothy Swaine. (1928). *The Child in America. Behavior Problems and Programs*. New York. A.A. KNOPF.
- TURKLE, Sherry. (1995) *Life on the Screen Self : Identity in the Age of the Internet*. Simon and Schuster.
- VOIROL, Olivier. (2005). Les luttes pour la visibilité : Esquisse d'une problématique. *Réseaux*, 129-130, 89-121.
- WINNICOTT, Donald Woods. (1975). *Jeu et réalité : l'espace potentiel*. Gallimard.
- WOOLF, Virginia. (1929). *Une chambre à soi*. Trad. De l'anglais par Clara Malraux. 10x18.



XIE, Qinguyn. & Kukla Maija. (2012), Share it on Facebook : examining viral marketing and motives to pass-along electronic content on SNS. *Proceedings of the 2012 Annual Conference of American Academy of Advertising*. 3. 1. 148-160.

YANNICK, Valérie. (2020). Enjeux intersectionnels de la visibilité trans dans les medias. Dans. BRUN, Josette. (dir.) (2020). *De l'exclusion à la solidarité. Regards intersectionnels sur les médias*. Editions du Remue-ménage.

ZAFFRAN, Joël. (2013). La chambre des adolescent(e)s : espace intermédiaire et temps transitionnel. Dans : *Actes du colloque international sur La chambre d'enfant, un microcosme culturel : espace, consommation, pédagogie*.

ZAIDMAN Claude (1996). *La mixité à l'école primaire*. Paris, L'Harmattan « Bibliothèque du féminisme ».

## Sitographie

BILLON, José. (2019). *Chiffres TikTok : les statistiques à connaître en 2023*. Le Blog du Modérateur. <https://www.blogdumoderateur.com/chiffres-tiktok/> (consulté le 20 décembre 2023)

Brut. (2023). *L'histoire du crop top*. <https://www.brut.media/fr/videos/culture-lifestyle/mode/l-histoire-du-crop-top>. (consulté le 26 avril 2024).

FLAMENT, Flavie & TROLLION, Capucine. (2022). *Angèle : comment est-elle devenue une "icône féministe" pour toutes les générations ?* RTL. <https://www.rtl.fr/culture/musique/angele-comment-est-elle-devenue-une-icone-feministe-pour-toutes-les-generations-7900168267> (consulté le 23 mai 2023)

FRESARD, Jules. (2021). *La famille D'Amelio court après la célébrité des Kardashian*. Le Monde. [https://www.lemonde.fr/m-le-mag/article/2021/08/26/la-famille-d-amelio-court-apres-la-celebrite-des-kardashian\\_6092352\\_4500055.html](https://www.lemonde.fr/m-le-mag/article/2021/08/26/la-famille-d-amelio-court-apres-la-celebrite-des-kardashian_6092352_4500055.html) consulté le 11/03/2024 (consulté le 11 mars 2024)

GAUTIER, Maxime. (2024). *Moyenne d'âge des députés siégeant à l'Assemblée nationale en France en 2023, selon le groupe parlementaire*. Statista. <https://fr.statista.com/statistiques/718785/age-moyen-deputes-assemblee-nationale-groupe-politique-france/> (consulté le 27 juin 2024)

GRABLY, Raphaël. (2023). *Les fonctionnaires français n'ont désormais plus le droit d'utiliser tiktok*. BFM Tech&Co. [https://www.bfmtv.com/tech/cybersecurite/france-les-applications-recreatives-dont-tik-tok-interdites-sur-les-telephones-des-fonctionnaires\\_AN-202303240332.html](https://www.bfmtv.com/tech/cybersecurite/france-les-applications-recreatives-dont-tik-tok-interdites-sur-les-telephones-des-fonctionnaires_AN-202303240332.html) (consulté le 11 mars 2021)

Insee. (2024). *L'essentiel sur... la pauvreté*. <https://www.insee.fr/fr/statistiques/5759045#:~:text=En%202021%2C%209%2C1%20millions,ainsi%20de%2014%2C5%20%25> (consulté le 14 mars 2024)

Insee. (2021). *Ordinateur et accès à Internet : les inégalités d'équipement persistent selon le niveau de vie*. <https://www.insee.fr/fr/statistiques/5057474> (consulté le 14 mars 2024).

JOLY, Nicolas. (2020). *Paris : une jeune femme refoulée à l'entrée du musée d'Orsay à cause de son décolleté*. France Bleu. <https://www.francebleu.fr/infos/societe/paris-une-jeune-femme-se-voit-refuser-l-entree-du-musee-d-orsay-a-cause-de-son-decollete-1599665773> (consulté le 18 octobre 2022)

KAHN, Samuel. (2020). *Dopé par le confinement, TikTok dépasse les deux milliards de téléchargements*. Le Figaro. <https://www.lefigaro.fr/secteur/high-tech/dope-par-le-confinement-tiktok-depasse-les-deux-milliards-de-telechargements-20200501> (consulté le 3 mai 2024)

Kolsquare. (2023). *Comment améliorer son taux d'engagement sur TikTok ?* <https://www.kolsquare.com/fr/blog/comment-ameliorer-son-taux-dengagement-sur-tiktok> (consulté le 10 décembre 2023)

L'HENORET, Solène. (2015). *Comprendre la bataille de la « taxe tampon »*. Le Monde. [https://www.lemonde.fr/sante/article/2015/11/11/comprendre-la-bataille-de-la-taxe-tampon\\_4807643\\_1651302.html](https://www.lemonde.fr/sante/article/2015/11/11/comprendre-la-bataille-de-la-taxe-tampon_4807643_1651302.html) (consulté le 21 mars 2024)

Le Monde avec AP. (2023). *TikTok : l'interdiction dans l'Etat du Montana bloquée par la justice*. Le Monde [https://www.lemonde.fr/pixels/article/2023/12/01/tiktok-l-interdiction-dans-l-etat-du-montana-bloquee-par-la-justice\\_6203338\\_4408996.html#:~:text=En%20mai%2C%20le%20Montana%20avait,d'utiliser%20l'application](https://www.lemonde.fr/pixels/article/2023/12/01/tiktok-l-interdiction-dans-l-etat-du-montana-bloquee-par-la-justice_6203338_4408996.html#:~:text=En%20mai%2C%20le%20Montana%20avait,d'utiliser%20l'application) (consulté le 9 mars 2024)

LELLOUCHE FILLIAU, Isabelle. (2024). *Les 15-24 ans : des pratiques médias intensives, individuelles et connectées*. Médiamétrie. <https://www.mediametrie.fr/fr/les-15-24-ans-des-pratiques-medias-intensives-individuelles-et-connectees> (consulté le 27 juin 2024)

ORTEGA, Stéphane. (2017). *Comment la SNCF a créé des centaines de filiales pour mieux préparer la libéralisation du transport ferroviaire*. Observatoire des multinationales. <https://multinationales.org/fr/actualites/comment-la-sncf-a-cree-des-centaines-de-filiales-pour-mieux-preparer-la> (consulté le 23 avril 2024)

TENBARGE, Kat. (2022). *TikTok gave Addison Rae's family Hollywood fame. Now it's exposing their secrets*. NBC News. <https://www.nbcnews.com/tech/social-media/addison-rae-dad-family-hollywood-monty-lopez-tiktok-rcna37635> (consulté le 11 mars 2024)

Vie Publique. (2023). *Usages du numérique : 87% des Français ont un smartphone en 2022*. <https://www.vie-publique.fr/en-bref/288030-barometre-du-numerique-les-chiffres-cles-2022#:~:text=À%20la%20date%20de%20l,importants%20en%202020%20et%202021> (consulté le 2 mai 2024)

## Ressources

ABBOU, Julie. (2021). Journée d'étude « *L'écriture inclusive : usages, débats et mobilisations. État des lieux des enjeux et usages de l'écriture inclusive en sciences sociales.* » Université Sorbonne Paris Nord

ALLOING Camille. (2022). Journée d'étude « *Influenceur·ses et publicitarisation des contenus* » CELSA – Sorbonne Université, 21 octobre 2022.

ABBOU, Julie. (2021). Journée d'étude « *L'écriture inclusive : usages, débats et mobilisations. État des lieux des enjeux et usages de l'écriture inclusive en sciences sociales.* » Université Sorbonne Paris Nord, 1<sup>er</sup> juin 2021.

ALLOING Camille. (2022). Journée d'étude « *Influenceur·ses et publicitarisation des contenus* » CELSA – Sorbonne Université, 21 octobre 2022.

BIENAIME, Charlotte. (2018). Ainsi soient-elles (n°10) [épisode de podcast]. Dans *Un podcast à soi*. ARTE Radio.

Conseil d'Etat. (2023). *Laïcité : le Conseil d'État rejette un deuxième référé contre l'interdiction du port de l'abaya à l'école*. Décision de justice en référé n<sup>os</sup> 487896 et 487975, Communiqué de Presse.

IPSOS & Mémoire traumatique et victimologie. (2019). *Les français·e·s et les représentations sur le viol et les violences sexuelles — vague 2 — 2019 vs 2015*. Rapport d'enquête.

MUXEL, Anne. (2024). *Les jeunes et la guerre - Représentations et dispositions à l'engagement*. Etude n°116. IRSEM.

MAIORANA, Zachary; MORALES Henry, Pablo; WEINTRAUB, Jennifer. (2020). « *#metoo Digital Media Collection - Twitter Dataset* », Harvard Dataverse, V2

MARKS, Elizabeth ; HICKMAN, Caroline ; PIHKALA, Panu ; CLAYTON, Susan ; LEWANDOWSKI, Eric R. ; MAYALL, Elouise E. ; WRAY, Britt ; MELLOR, Catriona & VAN SUSTEREN, Lise. (2021). « *Young People's Voices on Climate Anxiety, Government Betrayal and Moral Injury: A Global Phenomenon.* »

Qustudio by Qoria. (2023). *Grandir à l'ère du numérique, les défis de l'intelligence artificielle*. Rapport de données annuel.

RATAJKOWSKI, Emily. (2022). *My body*. Seuil

## Annexes

Annexe 1 – Tableau vierge métadonnées vidéos .....	290
Annexe 2 – Classification Compte .....	291
Annexe 3 – Corpus de vidéos et corpus de commentaires .....	295
Annexe 4 – Guide d’entretien.....	296
Annexe 5 – Grille d’analyse vierge .....	299
Annexe 6 – Grille récapitulative des entretiens .....	300
Annexe 7 – Retranscriptions entretiens .....	301
Annexe 7.1 : Mariarebeccasirianni– Vidéos 3, 27 & 51 .....	301
Annexe 7.2 : Romane.rz – Vidéos 4.....	307
Annexe 7.3 : Lilixass – Vidéo 5 .....	310
Annexe 7.4 : Anonyme 1 .....	321
Annexe 7.5 : Imelancolie – Vidéo 13 et 19 .....	327
Annexe 7.6 : Elsa-tlsp – Vidéo 15.....	330
Annexe 7.7 : Yahyaachou – Vidéo 20.....	341
Annexe 7.8 : Carlo_ta09 – Vidéo 80 .....	348
Annexe 8 – Grille analyse filmique.....	357
Annexe 9 – Classification commentaires .....	358
Annexe 10 – Corpus médiatique .....	360

## Annexe 1 – Tableau vierge métadonnées vidéos

Numéro vidéo (ordre de récupération)	Date	Compte émetteur	Description compte (bio)	Nombre abonnés	Description	Musique	<i>Like</i>	Commentaires
--	------	--------------------	--------------------------------	-------------------	-------------	---------	-------------	--------------

## Annexe 2 – Classification Compte

Vidéo 1	maeva.a18
Vidéo 2	hazerkasurtiktok
Vidéo 3	mariarebeccasirianni ( <i>idem</i> vidéo 27 et 51)
Vidéo 4	romane.rz
Vidéo 5	lilixass
Vidéo 6	___o.d.c.___
Vidéo 7	nathhaa_ ( <i>idem</i> vidéo 28)
Vidéo 8	mylineleroux
Vidéo 9	anahs2.0
Vidéo 10	guiliane10 ( <i>idem</i> vidéo 43 et 92)
Vidéo 11	margaux_ltlr ( <i>idem</i> vidéo 59)
Vidéo 12	maxiine__ ( <i>idem</i> vidéo 30 et 45)
Vidéo 13	1melancolie_ ( <i>idem</i> vidéo 19)
Vidéo 14	duplessis_armand
Vidéo 15	_elsa_tlsp
Vidéo 16	lutyne
Vidéo 17	___lilouuuuu___
Vidéo 18	17h06
Vidéo 19	1melancolie_ ( <i>idem</i> vidéo 13)
Vidéo 20	yahyaachou
Vidéo 21	chloelye__
Vidéo 22	debbie_labruja
Vidéo 23	clara_aiello
Vidéo 24	lolita_fld

Vidéo 25	whoisanaiscrmb
Vidéo 26	lou.trias02
Vidéo 27	mariarebeccasirianni ( <i>idem</i> vidéo 3 et 51)
Vidéo 28	nathhaa_ ( <i>idem</i> vidéo 7)
Vidéo 29	sothlaure
Vidéo 30	maxiine__ ( <i>idem</i> vidéo 12 et 45)
Vidéo 31	marie.ann
Vidéo 32	lesrepliques0.2
Vidéo 33	fabeurz
Vidéo 34	clara_blchr
Vidéo 35	bowxanli
Vidéo 36	chachacacraintplas
Vidéo 37	masson_tony
Vidéo 38	bonvoyagefroggy
Vidéo 39	wohnpvrze ( <i>idem</i> vidéo 89)
Vidéo 40	louane.cb
Vidéo 41	claraa_msclly ( <i>idem</i> vidéo 75)
Vidéo 42	tw_vampirediaries
Vidéo 43	guiliane10 ( <i>idem</i> vidéo 10 et 92)
Vidéo 44	flora.ard
Vidéo 45	maxiine__ ( <i>idem</i> vidéo 12 et 30)
Vidéo 46	__raph__
Vidéo 47	_jamseven7
Vidéo 48	flavie.lfb
Vidéo 49	oliviatdr
Vidéo 50	clem.lmt



Vidéo 51	mariarebeccasirianni ( <i>idem</i> vidéo 3 et 27)
Vidéo 52	laureauvray
Vidéo 53	ugothomas
Vidéo 54	ilonapns ( <i>idem</i> vidéo 62)
Vidéo 55	melanianiari
Vidéo 56	<a href="#">bah.cest.margaux</a> ( <i>idem</i> vidéo 76 et 90)
Vidéo 57	unxju
Vidéo 58	<a href="#">sachamoureuse</a>
Vidéo 59	starlettesdu09
Vidéo 60	margaux_ltlr ( <i>idem</i> vidéo 11)
Vidéo 61	manon.blch
Vidéo 62	ilonapns ( <i>idem</i> vidéo 54)
Vidéo 63	<a href="#">sarouuxi.04</a>
Vidéo 64	<a href="#">mailyslz</a>
Vidéo 65	<a href="#">mymyzoulie</a> ( <i>idem</i> vidéo 69 et 85)
Vidéo 66	z0ey.__
Vidéo 67	<a href="#">__luxxy</a>
Vidéo 68	<a href="#">exventhia</a>
Vidéo 69	<a href="#">mymyzoulie</a> ( <i>idem</i> vidéo 65 et 85)
Vidéo 70	<a href="#">emohokage</a>
Vidéo 71	<a href="#">giovannird</a>
Vidéo 72	<a href="#">manougtrr</a>
Vidéo 73	<a href="#">anoukdsch</a>
Vidéo 74	<a href="#">maaelys.78</a>
Vidéo 75	<a href="#">claraa_msclly</a> ( <i>idem</i> vidéo 41)
Vidéo 76	<a href="#">bah.cest.margaux</a> ( <i>idem</i> vidéo 56 et 90)
Vidéo 77	<a href="#">boocle.sombre</a>

Vidéo 78	<a href="#">eaucrepuscule</a>
Vidéo 79	<a href="#">lisackerman</a>
Vidéo 80	<a href="#">carlo_ta09</a>
Vidéo 81	<a href="#">g.st03</a>
Vidéo 82	<a href="#">alison.simoes</a>
Vidéo 83	<a href="#">sungha_17</a>
Vidéo 84	<a href="#">traficdecam</a>
Vidéo 85	<a href="#">mymyzoulie</a> ( <i>idem</i> vidéo 65 et 69)
Vidéo 86	<a href="#">chachacacraintpas</a>
Vidéo 87	<a href="#">angele_rq</a>
Vidéo 88	<a href="#">corentin.do2</a>
Vidéo 89	wohnpvrze ( <i>idem</i> vidéo 39)
Vidéo 90	<a href="#">bah.cest.margaux</a> ( <i>idem</i> vidéo 56 et 76)
Vidéo 91	<a href="#">marlabideau</a>
Vidéo 92	guiliane10 ( <i>idem</i> vidéo 10 et 43)
Vidéo 93	<a href="#">raphael.dlg</a>
Vidéo 94	<a href="#">chloeangius</a>
Vidéo 95	<a href="#">angelinkkoff</a>
Vidéo 96	<a href="#">suane_vct</a>
Vidéo 97	comesteria
Vidéo 98	<a href="#">blackgirl33</a>
Vidéo 99	<a href="#">cedrakpirate</a>
Vidéo 100	<a href="#">manonhatesyou</a>

### Annexe 3 – Corpus de vidéos et corpus de commentaires



<https://drive.google.com/drive/folders/1XpxJQ2znZMB9V6S4YiagzNC7vIGEJven?usp=sharing>

## Annexe 4 – Guide d’entretien

### **Le rapport à Tik Tok et au monde de l’influence**

- Quels réseaux sociaux numériques utilises-tu ? Comment les utilises-tu ? (Pour chacun des RSN)
  - Combien de temps passes-tu par jour dessus ?
  - Publies-tu souvent du contenu ?
  - Quel(s) genre(s) de contenus produis-tu ?
  - Combien de temps passes-tu en moyenne pour créer du contenu ? Comment t’y prends-tu ? (Matériel spécifique, plusieurs essais, etc.)
  - Fais-tu attention à certains éléments quand tu produis/que tu postes du contenu ? Si oui, lesquels ? (Demander pour les différents contenus postés + voir si spécificité pour la production de vidéo)
- Combien as-tu d’abonnés ? Depuis quand ?
  - Cherches-tu à augmenter ton nombre d’abonnés ? Comment t’y prends-tu ?
  - Penses-tu avoir une communauté ?
  - Quelle relation penses-tu que tu as avec ta communauté ?
  - Que fais-tu pour maintenir cet échange avec ta communauté ?
- Te rappelles-tu quand tu t’es inscrit·e ? Et pourquoi ?
  - L’utilisation que tu fais aujourd’hui de Tik Tok est-elle la même qu’au départ ?
  - Qu’est-ce qui a changé ?

### **Le sens attribuable à la vidéo et plus largement à la présence de la personne sur Tik Tok**

- Comme annoncé, je t’ai contacté car tu as posté une vidéo pour le mouvement du #lundi14septembre, peux-tu me dire ce dont tu te rappelles lorsque tu as créé et posté ta vidéo ?
  - Pourquoi as-tu décidé de poster une vidéo avec le #lundi14septembre ?
  - As-tu fait l’action ? (Aller au lycée en tenue « provocante »)
  - T’attendais-tu à ce que ta vidéo ait autant de vues ? Si oui, pourquoi ?
  - Autour de toi, des personnes ont-elles aussi posté une vidéo ? Si oui, cela a-t-il impacté ton envie de poster ta propre vidéo ? Qui étaient ces personnes par rapport à toi ? Ont-elles aussi fait l’action ?
- Avais-tu réfléchi en amont à ce que tu allais faire sur la vidéo en gestuelle ?
- As-tu appris une chorégraphie Tik Tok pour la vidéo ?
- Pourquoi avoir choisi cette musique là ? (Connais-tu le sens des paroles ? Les trouves-tu en lien avec ta vidéo ?)

- Quelles étaient tes revendications derrière ta vidéo ?
- As-tu réfléchi aux habits choisis par ta vidéo ? Pourquoi ? A quoi as-tu fait particulièrement attention ?
- Quels vêtements privilégies-tu lors de tes créations de contenu ?
- Quel est ton rapport aux vêtements ?
  - Que penses-tu du rapport des femmes aux vêtements ?
- Connais-tu d'autres actions, d'autres mouvements qui traitent de la même thématique ?
  - Si oui, lesquels ? Peux-tu les développer ?
- Depuis cette action, quelles sont les évolutions sur la thématique des vêtements des femmes ?

## **Le rapport au militantisme et militantisme féministe**

- Y a-t-il des causes qui te tiennent à cœur ?
  - Si oui lesquelles ?
  - Comment ses engagements se traduisent-ils dans ta vie quotidienne ?
- Te considères-tu comme quelqu'un d'engagé/militant ? Comment cela se traduit-il ?
- Te considères-tu comme féministe ? / Que penses-tu du féminisme ?
  - Depuis quand te considères-tu féministe ? Y a-t-il eu un événement ou quelque chose qui a marqué ce début ?
- Comment te positionnes-tu vis-à-vis du féminisme ?
- As-tu déjà entendu parler du "purple washing" ?
  - As-tu des exemples concrets de purple washing ? Un produit ? Une marque ? Une personne ?
  - Qu'en penses-tu ?

## **Informations générales**

- Quel âge as-tu ?
- Quel est ton genre ?
  - Masculin
  - Féminin
  - Intersexe
- Quelle est ton identité de genre ?
  - Cisgenre masculin

- Cisgenre féminin
  - Transgenre masculin
  - Transgenre féminin
  - Genderfluid
  - Non-binaire
  - Agenre
  - Autre ?
- Comment définirais-tu ton orientation ?
    - Hétérosexualité
    - Homosexualité
    - Bisexualité
    - Asexualité
    - Pansexualité
    - Demisexualité
    - Queer
    - Autre ?
- Où habites-tu ?
    - Capitale
    - En ville (hyper centre) (+ nom de la ville\*)
    - En ville (+ nom de la ville\*)
    - En banlieue / périphérie de ville (+ nom de la ville\*)
    - En campagne (+ nom du village\*)
  - Avec qui ?
    - Seul
    - Parents (+ frères et sœurs ?)
    - Colocation
    - Couple
    - Autre
- Depuis combien de temps ?
  - Que fais-tu dans la vie ? Que faisais-tu à l'époque où tu as posté la vidéo du #lundi14septembre ?  
*(L'idée ici est de faire ensuite un rebond si la personne parle d'agence d'influence)*
  - Que font tes parents dans la vie ?
  - Quelles études fais-tu ? Faisais-tu ? Dans quel but ?

\* Afin de savoir ensuite s'il s'agit d'un village, d'un bourg, d'une petite ville, d'une ville moyenne, d'une grande ville ou de métropole

## Annexe 5 – Grille d’analyse vierge

<i>Vidéo</i>	
<i>Âge</i>	
<i>Genre et identité de genre</i>	
<i>Orientation sexuelle</i>	
<i>Lieu d’habitation</i>	
<i>Métiers parents</i>	
<i>Etudes</i>	
<i>Lycée</i>	
<i>Réglementation établissement scolaire</i>	
<i>RSN utilisés</i>	
<i>Niveau d’activité sur les RSN</i>	
<i>Genre de contenu</i>	
<i>Rapport à la communauté</i>	
<i>Raisons participations + rapport aux vêtements</i>	
<i>Rapport au militantisme</i>	
<i>Rapport au féminisme</i>	
<i>Infos en vrac</i>	

## Annexe 6 – Grille récapitulative des entretiens

	<b>Pseudo TikTok</b>	<b>Niveau d'influence du compte</b>	<b>Nombre de like</b>	<b>Nombre de commentaires</b>	<b>Âge lors de la mobilisation</b>	<b>Entretien par</b>
<b>Entretien 1</b>	mariarebecca sirianni	macro-influence	226 900	1 332	17 ans	Instagram
<b>Entretien 2</b>	romane.rz	micro-influence	225 500	29 000	16 ans	Instagram
<b>Entretien 3</b>	lilixass	micro-influence	222 100	1 717	15 ans	Téléphone
<b>Entretien 4</b>	Anonyme 1	nano-influence	163 300	4 407	16 ans	Téléphone
<b>Entretien 5</b>	1melancolie	micro-influence	72 500	899	19 ans	Instagram
<b>Entretien 6</b>	_elsa_tlsp	nano-influence	63 700	599	17 ans	Téléphone
<b>Entretien 7</b>	yahyaachou	micro-influence	47 800	1 007	19 ans	Téléphone
<b>Entretien 8</b>	carlo_ta09	micro-influence	3 809	81	20 ans	Téléphone



## Annexe 7 – Retranscriptions entretiens

### Annexe 7.1 : Mariarebeccasirianni– Vidéos 3, 27 & 51

S.T : Hello 😊 c'est tjr bon pour toi pour échanger ce soir ? 😊

Maria : Oui !

S.T : Cool dis quand tu es ok pour qu'on commence 😊

Maria : Je suis prête

S.T : Ok alors pour commencer peux-tu me parler des réseaux sociaux que tu utilises et la façon dont tu les utilises (temps passé dessus, type de contenus publiés, temps pour créer du contenu, etc) 😊

Maria : Alors, j'utilise pratiquement 3 réseaux.

Instagram, TikTok et Snapchat.

Snapchat je l'utilise que pour parler à mes amis.

Instagram c'est celui que je préfère pour passer le temps, et converser un peu avec ma petite communauté

Et TikTok c'est où je partage un peu ma vie, tout et n'importe quoi

Celui où je m'amuse le plus

S. T : Dacc du coup contenu différent entre insta et tiktok ? Et tu as une communauté sur ces deux réseaux ? (la même peut être ?)

Maria : Oui alors, sur Instagram je me limite à des story et des photos de temps en temps Alors que sur TikTok je suis super irrégulière, je m'amuse et je suis moi même. J'essaye plein de choses

S. T : Quoi par exemple ?

Maria : J'ai la même communauté sur TikTok et Instagram, même si les gens sont plus actif sur Instagram que TikTok (même si j'ai beaucoup moins d'abonnés sur Instagram J'essaye des Makeup, des expériences, des trends. Je partage des périodes importantes J'ai été connue principalement pour mon régime dissocié et mes séances de sport

S. T : Ok et cette communauté tu as cherché à l'avoir ou cest arrivé un peu par hasard ? Et comment est-ce que tu entretiens ton rapport avec ta communauté ? Tu cherches à l'agrandir ?

Maria : Je l'ai pas forcément cherché, j'ai toujours espéré en avoir une un jour et quand c'est arrivé j'ai pas vraiment cherché à l'avoir

Au début j'avais un super rapport avec ma communauté, je leur donne des conseils sur plein de sujet

Mais malheureusement avec le temps bah j'ai un peu abandonner mes réseau pour pleins de raisons personnelles  
Et j'arrive pas vraiment à reprendre comme avant  
Donc là j'ai plus vraiment une relation avec mes abonnés

S. T : Tu avais percé pendant le confinement ?

Maria : Avant le confinement  
Été 2020

S. T : Oui je comprends, les aléas des réseaux sociaux, si on laisse un peu de côté après c'est dur de reprendre

Maria : Parce que j'avais déjà un compte qui avait 70k qui a été supprimé  
J'ai repris et je suis montée jusqu'à 310k

S. T : Sur TikTok ? Tu sais pourquoi ton compte avait été supprimé ?

Maria : Oui parce que j'avais participé à la trend sur Donald Trump, grosse grosse erreur de ma part 😊  
Ça m'avait fait très mal parce que j'avais toutes mes vidéos depuis 2015, j'en avais à peu près 3000  
Il y avait toute mon évolution de musical y jusqu'à TikTok

S. T : C'était quoi déjà la trend sur Donald Trump ? 😊

Maria : Eehh c'était la photo de lui nu qui avait fuité 😊

S. T : Ah oui tu étais déjà dessus à avant le rachat et que cela devienne TikTok  
Aaaaaaaaah 😊

Maria : Oui j'y suis depuis 2015  
Et ouais 📺♀

S. T : On apprend de ces erreurs on va dire ahah

Maria : Et oui mais bon ... elle m'a coûté cher cette eurreur

S. T : Tu as pu re avoir une communauté à ton second essai au moins

Maria : Oui ! Un mal pour un bien  
Mais bon ça avait très très mal commencé mon deuxième compte  
Parce que l'une des premières vidéos que j'ai fait c'était sur un sens de Drake ou j'ai dit le N-word  
Et du coup j'insistais sur le fait que ce n'était qu'un mot  
Ce qui a suivi par des centaines de menaces de mort

Sur Instagram, TikTok et même Twitter

S. T : Ah oui chaud ! Et c'est vrai que les réseaux montent vite très haut dans les tours dans les débats

Comment tu avais fais pour pouvoir te sortir de ce début compliqué ?

Maria : Alors moralement ça ne m'a pas atteint, j'ai jamais laissé les réseaux me toucher Sinon au niveau des vidéos bah, j'ai tout simplement ignoré et continué sur d'autres sujets Et avec le temps les gens ont oublié et on est tous passé à autre chose

S. T : Ok bon tant mieux alors 😊

Et du coup tu te rappelles pourquoi tu étais inscrite ? Le genre de contenu que tu faisais à évolué entre musically et TikTok ?

Maria : Ohh musically je n'évoluais pas du tout 😊 je suis restée à 3000 abonnés pendant des années

Après j'ai rencontré Jacob Sartorius et Lisa and Léna et j'ai eu mes 70k

Et c'est avec mon deuxième profile que j'ai évolué d'un coup

Avec la vidéo sur le régime et les séances de sport

S. T : Tu as trouvé la thématique qui a bien fonctionné

Maria : Oui fin, j'ai fait quelque chose qui me servais à moi

Et des gens s'y sont retrouvés

S. T : Ok 😊

(Au fait je crois que j'avais oublié de préciser mais tout ce que tu me dis reste bien évidemment anonyme, ne tkt pas 😊)

Comme je te l'avais dit, je travaille sur le #lundi14septembre, est c'est que tu te rappelles pourquoi à l'époque tu avais décidé de faire cette vidéo?

Maria : Oui pas de soucis

J'avais décidé de faire cette vidéo parce que moi je m'habille pratiquement que de manière considérée provocante

Donc crop top, des hauts moulant

Court

Transparent

Etc etc

Et je me suis dit qu'il n'y a rien de mal à s'habiller comme on veut

S. T : Donc c'était ta revendication ? Tu penses que ta vidéo a pu influencé d'autres filles à le faire? Dans ton entourage, des personnes ont aussi fait des vidéos sur le sujet ?

Et tu as des remarques quant à tes tenues dans les établissements scolaires ?

Maria : Dans mon entourage il n'y a que moi qui fait ce genre de chose ahah, je sais pas si ça a influencé quelqu'un mais je l'espère vivement. J'espère avoir aidé des personnes à s'accepter telles qu'elles sont,  
J'ai eu souvent des remarques de l'école au collège  
Au lycée pas du tout  
Sauf pour les jeans troués  
Qui était le seul stop que mon établissement mettait

S. T : Lycée public ou privé ?  
Pour filles et garçons ?

Maria : Publique  
Mixte

S. T : Les garçons aussi se prennent des réflexions pour les jeans troués ?

Maria : Oui bien sûr  
Plein de gars n'ont pas été acceptés à l'intérieur de l'établissement  
Il n'y avait aucune différence entre filles et garçons dans mon établissement  
C'était un très très bon établissement  
Je considère mes années de lycée comme les meilleures pour le moment

S. T : Tu es dans l'enseignement supérieur maintenant ? En terminal quand tu avais participé au mouvement j'imagine ?

Maria : C'est ça

S. T : Je peux te demander ce que tu étudies ?

Maria : Je suis en architecture  
En stage pour le moment

S. T : Oh cool j'espère que ça te plaît

Maria : Ouh !

S. T : Du coup est ce que tu te considères comme féministe et/ou comme militante ?

Maria : Tu pourrais définir militante ? 😊

ST : Il n'y a pas vraiment de définition, c'est plus toi comment tu te sens 😊  
Après au sens premier être militante c'est faire partir d'une association militante

Maria : On va dire que moi je suis de l'avis qu'on a tous les mêmes droits  
Mais qu'il y a quand même une différence entre homme et femme

S. T : Lesquelles selon toi ?

Maria : Je pense être née dans la mauvaise époque ahah donc beaucoup de gens ne seront sûrement pas d'accord avec moi

S. T : Tu aurais aimé naître à quelle époque ?

Maria : J'aurais aimé avoir 20 ans dans les années 80/90  
Je suis une ancienne romantique  
J'aime tout ce qui est cliché  
Les hommes qui font le premier pas  
Qui s'engagent à prendre soin de toi peu importe ce qu'il se passe  
La galanterie  
Et toutes ces choses

S. T : Ah oui je vois

Maria : Voilà voilà mdr  
Après je veux pas dire qu'en fille n'a pas le droit de faire le premier pas , au contraire si elle se sent de le faire tant mieux ! Mais moi je ne pourrais vraiment pas ahah  
À ta réponse je vois déjà que tu n'es pas d'accord 😊

S. T : Je suis une chercheuse je me dois d'être neutre ahah Sinon je peux te demander deux trois infos plus perso ? (C'est pour l'aspect sociologique de l'enquête 😊)

Maria : Bien sûr !

S. T : Alors en vrac je vais te demander ton identité de genre et ton orientation sexuelle, là où tu habites et ce que font tes parents dans la vie 😊

Maria : Alors je suis une fille cisgenre  
Je suis hétérosexuelle , jamais eu de doute  
J'ai habité toute ma vie à Nice  
Et mon père est restaurateur  
Et ma mère est chanteuse professionnelle

S. T : Lycée à Nice aussi du coup ? 😊

Maria : Professionnelle  
Oui !  
Massena

S. T : Dacc 😊  
En tout cas encore merci de ton temps, si jamais j'ai d'autres questions qui me viennent en tête, je pourrais te renvoyer un msg ? 😊  
Maria : Pas de soucis , oui avec plaisir ! J'aime répondre aux questions moi mdr

S. T : Ne me le dis pas deux fois, je vais te harceler à chaque fois qu'il faudra que j'interroge des gens dans mon taff 😊

Maria : Vasy ! Te soucis pas à le faire ! 😊

S. T : C'est noté ahah  
Bonne soirée à toi 😊

Maria : Merci à toi aussi !

S. T : Hello :) alors je voulais te demander à quel point te considères tu "active" sur les réseaux ? (en terme de like, commentaire, partage, etc) et a quel point tu réponds aux commentaires de tes abonnés ?  
Et également si tu peux me parler de ton rapport à l'utilisation des hashtags lorsque tu publies du contenu sur tiktok :)

Maria : Alors moi je répond toujours mais vu que je ne suis pas régulière j'ai beaucoup moins de vue que ce que je pourrais avoir  
Ensuite moi je n'utilise pas de hashtag  
Personnellement je pense qu'ils ne servent à rien  
Il suffit de faire des contenus qui intéressent et être très régulier

S. T : Dacc et en tant qu'utilisatrice de TikTok tu likes et commentes beaucoup d'autres contenus ?

Maria : Like oui, mais commente non presque pas

S. T : Ok 😊 je te remercie 😊

Maria : Tu veux savoir autre chose ?

S. T : Oui, sil y avait une raison pour laquelle tu ne commentais pas bcp 😊

Maria : Parce que la plupart des choses que je vois ne m'inspire aucun commentaire 😊

S. T : Merci à toi pour ton temps 😊

## **Annexe 7.2 : Romane.rz – Vidéos 4**

*Cet entretien est assez court car la personne a arrêté de répondre, malgré mes relances.*

S. T : Ok alors pour commencer peux tu me parler des réseaux sociaux que tu utilises et la façon dont tu les utilises (temps passé dessus, type de contenus publiés, temps pour créer du contenu, etc) 😊

Romane : Alors, j'utilise majoritairement Insta, Snapchat et Tiktok. J'ai également d'autres réseaux sociaux mais j'y suis beaucoup moins présente et assidue. J'utilise principalement ces réseaux comme divertissement et ils sont également un moyen de communication pour notre génération car en effet nous y sommes confrontés depuis toujours.

Je passe pas mal de temps dessus, quand j'ai le temps je me mets sur tiktok et je peux scroller pendant des heures sans voir le temps passer. Pour les autres c'est surtout pour communiquer avec mes proches.

Effectivement, je poste pas mal de choses sur insta et tiktok, des vidéos et des photos, visibles par tous car mes comptes sont en public.

Je ne me prends pas trop la tête pour créer du contenu, ça ne me prends donc pas beaucoup de temps car ce n'est pas mon métier donc je ne concentre pas mon temps dedans. Je vois plus ça comme un loisir.

S. T : D'acc, et quand tu publies du contenu sur insta ou tiktok est ce qu'il y a des éléments auquel tu fais plus attention comme tu es en public ?

Romane : Alors oui, en effet j'essaye de faire quand même attention à ce que je poste car cela pourrait être détourné ou utilisé contre moi. Donc j'y porte pas mal attention, surtout car je suis encore jeune.

S. T : Cela t'es déjà arrivé ?

Romane : Pour l'instant non, pas de détournement de photos ou de vidéos mais encore hier une personne est venue me dire que quelqu'un avait utilisé mes photos et c'était fait passer pour moi pendant plus de 7 mois. Donc les réseaux sociaux peuvent être assez dangereux.

S. T : Je peux te demander ton âge du coup ? Et si cela fait longtemps que tu es sur ces réseaux ?

Romane : J'ai 18 ans et je suis sur les réseaux depuis que j'ai 11-12 ans je dirais

S. T : Tu publiais aussi régulièrement que mtn ?

Et également, à quel point te considères-tu "active" sur les réseaux ? (en terme de like, commentaire, partage, etc)

Romane : Non, à cet âge c'était vraiment très très exceptionnel que je publie quelque chose. Mes comptes étaient également tous en privé.

Je me considère pas vraiment comme active, sur tiktok, c'est là où j'ai le plus d'abonnés, je ne publie pas assez de vidéos pour avoir une audience et des abonnés actifs. Donc moral, alors que j'ai 25k, mes vidéos font en moyenne 2000 vues.

S. T : Dacc et tu cherches à augmenter tes vues ou ta communauté ?

Romane : Non, pas dans l'absolu car pour cela il faudrait que je prenne les réseaux sociaux plus au sérieux et y mette beaucoup plus de mon temps dedans mais ce n'est pas ce que je veux.

S. T : Ok 😊

Comme annoncé, je t'ai contacté car tu as posté une vidéo pour le mouvement du #lundi14septembre, peux-tu me dire ce dont tu te rappelles lorsque tu as créé et posté ta vidéo ? 😊 (pourquoi l'avoir fait, si tu as fait l'action, si tu t'attends à ce que ta vidéo ait autant de visibilité, etc)

Romane : Je me souviens que ce mouvement avait pris de l'ampleur et moi aussi je voulais y participer. Je ne pensais pas que ma vidéo allait faire autant de vues mais je pense qu'elle a été le moyen de relayer l'information. Cette trend était d'abord un message pour toutes les filles qui reçoivent des remarques déplacées vis à vis de leur tenue dans les établissements scolaires. C'était un sujet qui me tenait à cœur et c'est donc pour cela que j'ai choisi de participer à ma façon.

C'était un moyen, à notre échelle de montrer notre mécontentement aux yeux de tous, vis à vis de nos tenues « non républicaines ».

S. T : Tu dis que cest un sujet qui te tient à coeur, tu ty engages d'une autre façon ? comment cela se traduit dans ta vie de tous les jours ? :)

Romane : J'essaye de faire passer pas mal d'info concernant la place des femmes dans mes stories etc. Je parle beaucoup de ça avec mes proches, je me renseigne..

S. T : Dacc et tu es engagée dans une assoc ?

Romane : Non pas encore, mais pourquoi pas dans le futur.

S. T : Assoc féministe ? ou dans une autre thématique ?

Romane : Peut-être plus féministe mais tout sujet peut m'intéresse si il est pertinent

S. T : Et depuis l'action, tu as un peu suivi l'évolution des discours ou des actions sur la thématique des tenues non republicaines ?

Romane : Oui j'ai un peu suivi, et j'ai pas vu une grande évolution malheureusement...

S. T. Dacc. Je crois que j'ai posé mes questions principales (si jamais d'autres me reviennent je pourrais te renvoyer un petit msg ?)

Et là je vais juste te poser qql questions plus perso, cest pour le côté profil socio :)



Je vais te demander ton genre, ton identité de genre, où est ce que tu habites et les catégories socio pro de tes parents et j'aurai également une question sur ton lycée : quel genre de lycée c'était et quel était sa réaction quant à l'action :)

S. T. : Bonjour :) j'espère que ta rentrée se passe bien, aurais-tu quelques minutes pour répondre à mes dernières questions sil te plait ?

### **Annexe 7.3 : Lilixass – Vidéo 5**

S. T : Hop voilà c'est tout bon ! Est-ce que pour commencer tu peux me parler de ton rapport aux réseaux sociaux : lesquels t'utilises, comment tu les utilises, ce genre de chose ?

Lilixass : Euh alors moi j'utilise les réseaux plus pour euh ... pour m'amuser en soi on va dire même si du coup cela a pris un peu d'ampleur et j'ai gagné des abonnés depuis un certain temps maintenant. Mais je l'utilise vraiment sans me prendre la tête, pour poster des trucs que j'aime bien, pour montrer mes tenues, poster de belles photos sur Instagram. Et sur TikTok, juste pour m'amuser. Voilà. Je ne me prends pas trop la tête.

S. T : Et du coup tu es uniquement sur TikTok et Instagram ou tu en utilises d'autres ?

Lilixass : Euh ... non ... je suis que sur TikTok et Instagram. J'ai plusieurs comptes sur TikTok et Instagram mais je n'ai que les deux. J'aimerais bien me lancer sur YouTube mais cela serait plus prochainement.

S. T : Tu as différents comptes, c'est-à-dire ?

Lilixass : Euh ... bah j'ai deux comptes par réseau. Enfin non, j'en ai trois sur Instagram et deux sur TikTok. En fait sur Instagram j'ai mon compte principal, j'ai un compte où je poste juste ... c'est un compte off, où je poste juste des photos nulles. C'est un peu comme un compte privé, mais ce n'est pas un compte privé, si mes abonnés veulent s'abonner, ils s'abonnent. C'est juste un compte beaucoup moins sérieux que le perso, là où je vais poster des belles stories. Là je vais poster des stories un peu inutiles ... Voilà. Et euuuuh ... Ça j'ai ça, et j'ai un autre compte, c'est un compte qui vraiment là par contre est en privé. C'est un peu une sorte de thérapie pour moi, c'est un compte où, à l'époque, j'avais accepté plein de mes abonnés à moi, j'en ai accepté genre 4 000, 6 000. Et depuis, bah là ça va faire un an, je raconte ma vie tous les jours sur ce compte et en gros c'est devenu mes amis en fait. Et c'est des gens que je ne connais pas mais ... enfin c'est surtout des filles que je ne les connais pas mais qui ... elles m'aident tellement mentalement, elles me donnent des conseils. Du coup ... voilà. Le compte est en privé maintenant, il y a des gens qui se désabonnent s'ils en ont envie du coup j'ai perdu ... je ne dois avoir plus que 3 000 abonnés mais c'est très bien car je suis bien sur un compte restreint où il y a peu de personnes, donc voilà.

S. T : Oui donc c'est vraiment ton compte privé quoi.

Lilixass : Voilà, c'est ça. Mais au final il n'est pas totalement privé car il y a des gens que je ne connais pas malgré le fait qu'avec le temps je finis par les connaître car j'interagis avec eux, etc mais cela reste quand même des gens que je ne connais pas.

S. T : Cela reste virtuel.

Lilixass : Ouais c'est ça.

S. T : Ok et du coup à quelle taille estimes-tu ta communauté ? Et est-ce que tu penses que c'est la même sur TikTok et Instagram ?

Lilixass : Euuuh ... Oui... Oui je pense que c'est les mêmes personnes sur TikTok et Instagram parce que les gens viennent de TikTok quand ils sont sur mon Instagram les ¾ du temps. Mais je pense que je ne réalise pas trop qu'au final j'ai des abonnés. Pour moi oui j'ai une communauté mais je réalise pas ... je sais pas, je ne sais même pas comment répondre ... Sur TikTok je crois qu'on est 150 000 un peu plus. Honnêtement je ne réalise pas, j'arrive pas trop à réaliser qu'il y a autant de personnes qui me suivent genre 150 000 en réalité, c'est tellement énorme que pour moi ça paraît irréel.

S. T : Cela paraît abstrait. Et du coup est-ce que tu essaies d'augmenter ta communauté ? Ou ça va ça vient et tu t'en fous ?

Lilixass : Euuuuuh non je m'en fous. Je suis vraiment ... je ne me prends pas la tête si je perds des abonnés, si je prends des abonnés ou quoi.

S. T : Ok.

Lilixass : Si je prends des abonnés ça peut me faire plaisir, c'est cool. Par exemple si j'ai posté une photo, que les gens aiment bien et qu'ils s'abonnent ça fait plaisir. Si j'ai pris du temps sur un Tik Tok que les gens ça leur plaît, ça me fait plaisir mais après prendre des abonnés ou perdre des abonnés ce n'est pas quelque chose qui m'importe.

S. T : C'est plus la gratification, la reconnaissance qui est cool sur l'instant T, de voir que les gens ont bien aimé ce que tu as fait.

Lilixass : Oui c'est ça.

S. T : Et du coup tu prends du temps pour publier tes photos, tes vidéos, enfin pour les construire ?

Lilixass : Ça dépend. Il y a des moments où je pose juste ma caméra et je filme du tac au tac, principalement sur TikTok du coup. Enfin la caméra de mon téléphone et je fais généralement des hauls, je raconte un peu ma vie mais dès fois j'aime bien faire des trucs jolis et tout, du coup je vais prendre un peu plus de temps mais euh après ce n'est pas non plus un temps de fou. Et des fois, même quand je pose juste mon téléphone il y a le montage derrière, c'est comme une sorte de mini vidéo Youtube bon après ça dure trois minutes mais voilà ! Ca reste quand même du temps, je peux passer une heure à faire un petit montage sympa pour ça rende un truc bien et tout. Et sur Insta je ne me prends pas trop la tête non plus, ... s'il y a une photo qui me plaît bien je la poste en story ... je poste de tout, même des photos inutiles, enfin plein de petites photos, tant que je trouve ça beau moi je les mets. Et quand je publie, juste je fais attention que ça fasse bien, que ça soit en harmonie avec les photos, que ça fasse un beau feed mais voilà sinon non je ne me prends pas plus la tête.

S. T : Tu me parlais de petits montages pour tes vidéos, est-ce que tu as appris sur le tas ou tu avais déjà des connaissances d'avant ?

Lilixass : Ah non pas du tout, déjà j'ai une application, ce que je fais c'est vraiment pas très compliqué, c'est plus une histoire de cut mais vraiment c'est pas très compliqué et je pense pas pouvoir faire un montage de fou dans le monde de Youtube. Là c'est vraiment pour les petites vidéos.

S. T : C'est grâce à l'application que tu disais, qui te facilite le montage.

Lilixass : Oui !

S. T : Ok et tu parlais de caméra avant, c'est celle de ton téléphone ou tu utilises du matériel en plus ?

Lilixass : Non oui c'est mon téléphone, j'aimerais bien investir dans une caméra pour me lancer sur Youtube mais il faut que je mette un peu d'argent de côté et que je me motive un petit peu et voilà.

S. T : Tu te rappelles à quel moment tu as percé sur TikTok ou Instagram ?

Lilixass : Ca a commencé à vraiment marcher sur TikTok quand j'ai posté ma vidéo du c'était cle ombien ... 14 .. euh du 12 septembre, non du 11 ...

S. T : Du lundi 14 septembre ?

Lilixass : C'est ça.

S. T : Donc c'est ça qui t'a fait percé ?

Lilixass : Oui c'est là que ça a commencé à marcher car les deux trois vidéos que j'avais posté ont fait un peu plus d'un million de vues et du coup les gens ont commencé à me connaître, et après, une fois que l'algorithme TikTok t'a mis dedans, forcément tu repasses, tu repasses, tu repasses. Après j'ai été plus grossièrement connu pour mes hauls sur une marque, friperie, pour être un peu la meuf qui [inaudible] etc. Donc voilà et maintenant bin je sais pas je montre juste mes tenues, les gens aiment bien, ils font des commentaires.

S. T : Ok. Et du coup lorsque tu as fait tes vidéos du 14 septembre, est-ce que tu t'attendais à avoir autant de vues ? A ce qu'elles prennent autant d'ampleur ? Ou c'est quelque chose qui t'ait tombé par hasard dessus ?

Lilixass : Pas du tout ! En fait ce qui est dangereux avec TikTok c'est que euh bah tu peux faire genre un million de vues d'un coup et tu ne peux pas vraiment gérer la chose à part si tu supprimes mais tu ne peux pas le décider en fait et ça montait tellement vite, moi je ne m'en rendais pas compte. Et surtout un million de vues je ne me rendais pas compte de que c'était et de tout ce que cela pouvait prendre comme ampleur. Sachant que c'était encore un débat qu'il était un peu compliqué, les crop top en cours, les tenues vestimentaires en cours, c'est un peu un sujet ... pas délicat mais ... enfin c'est chiant parce que sur TikTok tout est délicat d'ailleurs c'est un réseau social où malheureusement y a tout qui est délicat et c'est trop compliqué parce que tu ne peux pas t'exprimer et euh du

coup forcément j'ai eu des revenges, je me suis faite afficher sur Twitter, j'ai eu le droit à ça ! J'ai ... j'ai ... euh j'ai reçu plein de DM, des trucs gentils aussi hein évidemment, mais voilà ça a pris beaucoup d'ampleur, j'imaginais pas du tout ! Et même pour moi de mon côté, ça a pris de l'ampleur, au-delà des réseaux sociaux ... donc voilà.

S. T : Et du coup tu as pu gérer tout ça ? Est-ce que des gens t'ont aidé ? Tes proches, tes amis ?

Lilixass : Bah en soit j'ai toujours eu l'habitude de ... de ... de savoir gérer les critiques, les insultes, tout ça. Pas vraiment via les réseaux sociaux, enfin un petit peu, pas à cette échelle là et du coup j'ai ... pas ... vraiment réagi en fait. Je crois que je regardais les commentaires et je les supprimais.

S. T : Ok

Lilixass : Et pour moi c'est la meilleure chose à faire sur TikTok car plus les gens voient de commentaires de haine, plus ils vont commenter euh ... du coup je supprime et euh je suis passée à autre chose. Après ça a été Twitter qui a été un peu compliqué car à la base j'ai rien demandé, j'ai juste fait le mouvement qu'il y avait, comme tout le monde et j'ai suivi le truc donc forcément, j'ai fait un million cinq de vues je crois et d'autres TikTok pareil, j'ai fait 700 000 vues, 800 000, etc.

S. T : Du coup Twitter a été plus compliqué à gérer comme tu n'étais pas dessus ?

Lilixass : Oui, déjà moi je ne suis pas dessus et c'est juste que j'arrive pas à gérer parce que Twitter, c'est des malades sur Twitter, ils n'ont aucun race de décence en fait, ils ont pas appris le respect, je sais pas où ils ont été éduqués mais c'est compliqué quand même. Et après j'ai été mise sur Insta via Twitter, encore plus compliqué. Y a tous les gens de ma ville qui me détestent qui m'ont affiché en story, qui ont repartagé ... ça a été compliqué genre. Et tout cela ça a été à cause de Twitter quoi.

S. T : C'est vrai que Twitter a la réputation d'être un peu les "bas-fond", tout est tellement anonymisé.

Lilixass : Oui mais je pense que Twitter honnêtement est trois fois plus chaud que TikTok quand même.

S. T : Ok et malgré le fait que tout était à polémique sur TikTok ?

Lilixass : Euuuuuh oui, oui ! Enfin ... oui, oui c'est vrai mais beaucoup moins quand même !

S. T : Tu penses que c'est propre à TikTok et aux réseaux sociaux où c'est plus la société actuelle, l'environnement dans lequel on vit ?

Lilixass : Je pense que c'est les deux mais c'est surtout le fait que sur TikTok les gens se sentent beaucoup trop libres d'expression à un point où ça en devient ... pas dangereux enfin pour certaines personnes ça peut en devenir dangereux parce que y a des gens qui peuvent prendre la parole sur quelque chose sans même savoir que c'est un sujet un peu

sensible et du coup ça va partir mais dans des tours parce que les gens sont malades ! Il suffit que tu fasses un tout petit truc, ça ne plaît pas à quelqu'un, c'est la fin du monde, il suffit je sais pas que la personne face un duo ou une réaction et commence un peu à parler et machin. En fait ça peut partir très très vite ! Et comme les gens sont derrière leur téléphone, enfin c'est plus des adolescents d'ailleurs qui sont derrière leur téléphone, ils ont ce pouvoir de se dire bon bah je vais m'exprimer librement, je vais dire ce que je veux et du coup voilà ! Et dans un sens aussi, nous les créateurs, créateurs je parle de tout le monde hein pas des gens qui ont des abonnés, dès qu'on prend la parole sur quelque chose, on est sûr de s'attendre à ce qu'il y ait quelqu'un qui râle ! Y a toujours des gens qui ne sont pas contents, il faut faire toujours attention à ce que tu dis, à ce que tu fais, à ce que tu montres, ne pas montrer quelque chose je sais pas mais qui pourrait déplaire, même si t'es sûr que sur ta vidéo y a rien pour pourrait déplaire, y a toujours quelqu'un qui va s'énerver et dire quelque chose de négatif. Donc c'est, pour moi, c'est un des réseaux les plus toxiques avec Twitter.

S. T : Mais malgré cela, tu es dessus ? Tu acceptes les règles ?

Lilixass : Oui c'est une question d'adaptation en fait parce que je... j... j'ai compris le fonctionnement du truc. Au départ je comprenais pas car je répondais et tout, je m'énervais et j'avais toujours besoin de me justifier alors qu'en soi ... j'avais pas besoin de me justifier mais je me justifiais parce que je voulais me justifier parce que ça m'énervait en fait de voir ça. Et plus je me justifiais plus on me taclait justement pour que je réagisse et tout c'est un cercle vicieux. Donc il ne faut pas réagir, si tu as réagis après ça part et du coup la seule chose à faire c'est tu supprimes les commentaires et tu fais comme si de rien n'était. Et si c'est vraiment quelque chose de ... par exemple si tu as dit quelque chose de déplacé, de raciste ou un truc dans le genre et que la personne te le fait remarquer, là peut-être toi tu peux te remettre en question et supprimer ton TikTok. Mais souvent c'est des gens qui en font des caisses.

S. T : Ok.

Lilixass : De toute façon les gens qui commentent c'est toujours les gens qui ne postent pas de TikTok, qui ont pas forcément d'abonnés, qui sont là juste sur regarder TikTok et en même temps critiquer.

S. T : Ok.

Lilixass : C'est leur rôle quoi.

S. T : Et du coup, je vais revenir sur le #lundi14septembre, tu avais fait l'action toi ?

Lilixass : Du coup oui oui j'ai fait l'action.

S. T : Tu étais au lycée à l'époque ? Peut-être tu y es encore ?

Lilixass : Oui oui et j'y suis encore et je suis dans le même lycée ... c'était l'année dernière, début de l'année dernière du coup. Et je suis encore dans le même lycée et oui je l'avais fait mais en plus ce qui était un peu chiant c'est que moi je venais de rentrer dans ce lycée,

j'étais nouvelle et du coup je ne connaissais pas trop le CPE, le directeur, le règlement et tout ça du coup ça a été un peu compliqué vis-à-vis de mon lycée.

S. T : Ça a été accepté ? Il y a d'autres gens qui l'ont fait ?

Lilixass : Y a des gens qui l'ont fait mais qui ont beaucoup moins joué le jeu en fait. C'était juste euh ... moi j'y suis vraiment allée ... j'étais le bide à l'air quoi et ... j'ai vraiment joué le jeu à 100%, y en avait quelques unes qui portaient des jupes etc mais ça va genre. Moi j'ai été la cible. Et depuis je suis encore la cible, je ne peux pas revenir au lycée avec un petit peu de ventre qui dépasse.

S. T : Tu as eu des réflexions du coup quand tu l'avais fait ?

Lilixass : Bin ... oui oui je me suis fait mais en fait c'est pour ça d'ailleurs que j'ai fait un million de vues sur TikTok parce que j'ai raconté la réaction qu'avait eu mon lycée face au mouvement.

S. T : Ton lycée a eu quelle réaction face au mouvement ?

Lilixass : Bah mon CPE m'a direct pris et il m'a dit si machin et tout, il a appelé mes parents, il m'a fait mettre une blouse et m'a renvoyé chez moi pour me changer. Et de là il a dit à mes parents qu'il allait me virer, que c'était pas possible, bref ça a pris toute une ampleur, j'ai eu rdv avec le directeur et après avec le directeur j'ai pu en discuter et voilà. Le pire c'est que le CPE est tombé sur mes TikTok. Forcément quand ça fait un million de vues et que ça finit sur Twitter, c'est prévisible.

S. T : Tu étais en seconde ? En première ?

Lilixass : Je venais d'entrer en seconde.

S. T : C'était vraiment le début. Et cela t'a porté préjudice pour la suite ?

Lilixass : Ça m'a donné une mauvaise image dès le départ donc ça a été un peu chiant. Et maintenant je sais que je ne peux plus venir ... mes tenues je dois vraiment faire attention alors que d'autres filles elles passent en short ça ne dérange pas mais le CPE va me sauter dessus donc euh voilà.

S. T : Le fait que tu es un peu percé, que tu te montres plus rebelle que les autres, tu penses que c'est ça qui n'est pas passé ?

Lilixass : Ouais, ouais-ouais.

S. T : Tu étais où au lycée ? Enfin, tu es où au lycée ?

Lilixass : Je suis à [inaudible] à Marseille.

S. T : Où pardon ?

Lilixass : A Don Bosco, à Marseille.

S. T : C'est un lycée privé ou public ?

Lilixass : Non non c'est un lycée ... semi-privé, ça veut dire qu'il va être privé/catholique. Mais c'est pas trop catho, enfin c'est pas ils mettent des croix et tout ... moi j'ai été avant dans un collège privé catholique et c'était complètement différent.

S. T : Tu penses que c'est le côté "lycée catholique" qui a fait que cela a bloqué face à ton côté rebelle et ta tenue ?

Lilixass : Oui oui parce que dans les lycées publics en soit tu viens en crop top tu viens en tong tu viens en short ils s'en foutent.

S. T : Quelle était ta ou tes revendications durant l'action ? T'habiller comme tu voulais ?

Lilixass : Oui totalement ! Parce que en fait avant j'avais déjà eu une embrouille avec mon lycée par rapport à ça, justement je ne connaissais pas les règles et bah je savais pas si on pouvait venir ou pas avec le ventre à l'air, je savais pas et du coup je me suis fait choper et du coup là c'est la deuxième fois que je revenais et je savais que je prenais des risques parce que la première fois je m'étais fait choper donc voilà.

S. T : Ok, et est-ce que tu te considère comme féministe ?

Lilixass : Je ne sais pas vraiment ... alors oui je me considère évidemment comme féministe pour moi c'est la normalité, mais pour moi ce n'est pas forcément une action féministe en soi, je pense, et maintenant je l'ai compris, j'ai pris du recul, que ma tenue vestimentaire n'était pas adaptée pour venir au lycée. J'avais juste un jean taille basse et un crop top en mode brassière et je me dis maintenant en effet ce n'était pas approprié pour venir en cours, et ça je l'ai pris avec du recul et avant quand on me disait "Ouais c'est pas approprié pour venir en cours", je m'énervais et on partait en débat pour quarante minutes, je te criais dessus et j'étais trop énervée. Mais maintenant quand je suis en environnement professionnel, du coup c'est encore plus stricte parce qu'ils t'apprennent la vie professionnelle, faut forcément venir en tenue professionnelle et moi maintenant cela me générerait de venir au lycée le ventre à l'air comme ça. Après un bout de nombril qui dépasse et trois centimètres de peau je m'en fous. Mais avec une espèce de brassière et un taille basse, là je sais que je me sentirais gênée de venir en cours comme ça.

S. T : Du coup qu'est-ce qui fait tu penses qui t'as fait mûrir ? L'âge ? La réflexion ?

Lilixass : Bah euh ... non en soi pas vraiment ... je sais pas. Je pense que c'est juste le recul, oui j'ai grandi entre temps, et avant j'étais plus influençable, dans le sens où je voyais un truc sur TikTok, le soir je montrais à mes parents et non je suis pas d'accord avec toi sauf qu'une meuf sur TikTok avait dit ça, alors que la meuf je la connais pas [inaudible] mais j'étais trop influençable et trop déterminée dans des choses, bin dans lesquelles je perdais mon temps, après je suis très contente de l'avoir fait ce mouvement, parce que pour moi, je considère que j'étais dans l'abus mais par contre les jupes, les crop top assez raisonnables même des shorts pas trop courts etc pour moi on devrait avoir l'autorisation



de venir comme ça ou même moi par exemple je viens sans soutien gorge au lycée avec euh des hauts en peu transparents et je m'en fous. Honnêtement je voudrais refaire un mouvement où on se fout en tee shirt transparent sans soutif, y a pas de problèmes je le fais parce que oui il y a une limite sur le transparent évidemment, mais des fois quand il y a des profs qui font des remarques sur le fait que l'on ne porte pas de soutien gorge, ça c'est notre choix en l'occurrence, et nos raisons aussi. Le tee-shirt transparent peut-être pas, mais après moi je vais me soucier quand je vais au lycée si mon tee shirt est très transparent ou pas, je m'en fous. Voilà. Si c'est trop transparent je mets une brassière ou je ne mets pas le tee shirt mais voilà prendre des réflexions des fois où on te dit "T'as pas ce soutien gorge" "machin" "C'est vulgaire" "C'est pas approprié", etc

S. T : Ça doit être gênant j'imagine ? C'est dit devant toute la classe ?

Lilixass : Ah oui c'est gênant surtout que nous, ça nous touche nous les femmes, les hommes en l'occurrence sont beaucoup moins concernés. Le no bra je le vois plus comme un mouvement féministe que les crop top etc parce que les hommes peuvent aussi être discriminés par rapport à ça, enfin pas discriminés, pénalisés par rapport au fait qu'ils portent un crop top au lycée. Ou même, moi je sais que dans mon lycée les bermudas c'est interdit. Donc c'est pas forcément un mouvement féministe de porter un crop top parce que un crop top c'est universel, c'est unisexe et tout le monde peut porter un crop top donc c'est pas forcément un mouvement féministe mais par contre quand on parle de ne pas mettre de soutif, ou trop décolleté ... même pas décolleté, trop transparent. Et ça va aussi dépendre de la fille. Par exemple moi, j'ai une petite poitrine mais j'ai des piercings aux tétons, donc forcément ça attire encore plus.

S. T : Ok et du coup les réflexions, elles viennent de qui principalement ?

Lilixass : J'ai plus reçu de réflexions de la part de femmes que d'hommes.

S. T : Tu m'as dit être dans un lycée professionnel, je peux te demander ce que tu étudies ?

Lilixass : Je suis en arts appliqués ! Et plus tard, j'aimerais bien me diriger vers la mode, l'événementiel, tout ce qui est organisation de défilé.

S. T : Tu es en terminale ?

Lilixass : Alors non car j'ai redoublé, là je suis en première. Dans mon lycée, il y a 80 % d'hommes car vu que c'est pro, il y a beaucoup de filières genre menuiserie tout ça. Donc du coup c'est vrai ... je sais pas trop comment expliquer mais ils se ressemblent un peu tous. C'est un peu le même comportement. Moi de ce que je vois ... c'est pas des hommes qui sont ... ah je ne saurais pas comment les définir sans être péjorative en fait. Ils sont super gentils mais ils peuvent être un peu brusques et déplacés dans leurs paroles des fois. Et comme ils sont tous entre mecs et que nous on est très peu en art, il y a qu'une seule classe comme la mienne, après il y en a une autre en art mais plus graphisme.. en tout on est à peine un quart du lycée. Les trois quarts ce sont les filières menuiserie et il y a du général aussi. Mais c'est vrai qu'en art, on est majoritairement des filles.

S. T : Ok ! Tu as un peu de 150 000 abonnés sur les réseaux, est-ce que cela te génère un revenu ? Ou peut-être est-ce un objectif ?

Lilixass : Alors moi je suis dans une agence d'influence qui gère tous mes partenariats, toutes mes demandes de projets, les voyages, toute la communication, etc. Donc je vais pouvoir me faire des sous avec potentiellement des collabs ou sinon je peux aussi me faire des sous grâce au fond de créateurs sur TikTok. C'est peu hein mais c'est genre des centimes mais après une fois tous les deux, trois mois tu peux avoir cent euros et c'est sympa genre.

S. T : Et comment s'est passé ton recrutement en agence d'influence ?

Lilixass : Je suis dedans depuis ... enfin j'ai changé d'agence assez ... j'ai changé trois fois d'agence, parce qu'il faut trouver une bonne agence, et c'est important aussi de bien s'entendre avec eux. C'est pour ça que j'ai changé. Et en général, c'est eux qui font la démarche. Ils m'ont contacté, j'ai eu des rendez-vous avec eux et puis voilà. Je m'entends très bien avec mes agents et je m'entends très bien avec toute l'agence, que ce soit les talents ou les agents.

S. T : C'est quoi ton agence en ce moment ?

Lilixass : Mon agence c'est "Social Quête".

S. T : Je peux te demander quel âge tu as ?

Lilixass : Là j'ai 17 ans.

S. T : Et pour le travail, le fait que tu sois mineure, cela se passe comment ?

Lilixass : Alors quand j'avais 16 ans j'ai créé ma société pour pouvoir avoir des revenus légalement. Déjà quand tu rentres dans l'agence, il y a des contrats qui sont signés, plein de choses sur la confidentialité, tout ça. Voilà et après j'ai aussi des contrats dès que j'ai une collaboration. C'est important d'avoir des contrats si je veux être rémunérée et pour pas qu'il n'y ait de problèmes ensuite. Même si en général, les trois quarts du temps les marques payent, il peut arriver qu'il y ait des soucis.

S. T : Tu as eu beaucoup de collab jusqu'à présent ?

Lilixass : Alors des gifts oui beaucoup parce que j'aime bien faire des trucs pour les petites entreprises qui débutent, pour pouvoir aider. Des fois je reçois des choses à l'agence, pas toujours des trucs que j'ai demandé mais c'est quand même cool. Après oui je reçois des demandes de partenariats mais je n'en fais pas beaucoup car je ne veux pas faire des choses qui ne me plaisent pas, je ne veux pas participer non plus à des choses de surproduction, etc. C'est pour ça que je trie beaucoup mes demandes, on ne m'envoie pas n'importe quoi parce que c'est pas moi, c'est pas que ce que je veux, etc.

S. T : Peux-tu m'expliquer ce qu'est un "gift" ?

Lilixass : C'est la marque qui te contacte et qui te dise que tu peux recevoir ça, ou alors tu peux choisir sur le site, ou des fois, quand ils sont en contact avec l'agence, ils peuvent t'envoyer directement des produits, sans forcément demander.

S. T : D'acc, merci ! Je crois qu'on est bon au niveau des questions, je vais juste te demander deux trois éléments sur ton profil, si c'est ok pour toi.

Lilixass : Oui oui !

S. T : Quel est ton genre, ton identité de genre et ton orientation sexuelle ?

Lilixass : Je suis une femme qui s'identifie femme. Ensuite je ne me caractérise pas particulièrement parce que j'aime pas ça mais en gros je suis ouverte, j'aime tout le monde. J'aime une personne pour ce qu'elle est, pas pour sa sexualité.

S. T : Tu habites à Marseille ou en périphérie ?

Lilixass : J'habite à Marseille même. Et j'habite aussi à Paris depuis pas longtemps.

S. T : A cause de parents séparés ?

Lilixass : Alors mes parents sont séparés mais j'ai un appartement à Paris, car j'ai l'occasion d'y aller très souvent, notamment pour le taff, pour l'agence. J'ai aussi beaucoup d'événements qui m'y sont proposés mais comme je suis à Marseille je peux y aller donc quand je vois à Paris, je fais un stock d'événements, je sors tous les soirs comme ça je montre que je peux me rendre disponible et ça donne une bonne image.

S. T : Ok et tu disais que tes parents étaient séparés, avec lequel des deux vis-tu ?

Lilixass : Je suis en alternée malheureusement, c'était le choix de mes parents et du coup je fais une semaine, une semaine. Donc y a une semaine où je vis plus seule que chez mon père.

S. T : Quel regard portent tes parents sur ton activité d'influenceuse ?

Lilixass : Mes parents, ils s'en foutent ! Ils me disent "Tant mieux si tu fais de l'argent mais fais attention". Mes parents sont très reconnaissants que je ne sois pas eux ... j'ai pas l'expression, que cela ne me monte pas à la tête en fait. Parce qu'il y a plein de gens, s'ils avaient autant d'abonnés, ils se prendraient pour je ne sais pas qui mais moi ce n'est vraiment pas quelque chose qui m'importe. Comme je dis souvent, si j'ai envie d'arrêter du jour au lendemain les réseaux sociaux, je le fais ! Pour l'instant, cela m'apporte du positif, cela me fait du bien mais si un jour j'ai envie d'arrêter ce n'est pas les abonnés qui vont me retenir.

S. T : Ok. Est-ce que je peux te demander ce que font tes parents dans la vie ?

Lilixass : Ma mère, elle est prof de yoga, elle bosse dans tout le domaine bien-être et santé. Mon papa est chef d'entreprise.

S. T : Ok ! Je pense qu'on est bon, encore merci d'avoir pris du temps pour me répondre. Si jamais, est-ce que je peux te recontacter ?

Lilixass : Oui oui pas de problème !

S. T : Merci, as-tu quelque chose à ajouter ?

Lilixass : Hum non.

S. T : On est tout bon alors ! Je te souhaite un bon weekend et de belles choses pour la suite.

Lilixass : Merci beaucoup !

S. T. : Au revoir !

Lilixass : Au revoir !

## **Annexe 7.4 : Anonyme 1**

S. T : Oui allô ?

ANONYME 1 : Allô.

S. T : Bonjour, merci de prendre du temps pour me répondre, c'est très gentil de ta part. Si cela ne t'embête pas, je vais enregistrer notre échange afin de pouvoir travailler ensuite dessus.

ANONYME 1 : Oui pas de soucis !

S. T : Ok alors pour commencer est-ce que tu peux me parler un peu de toi, de ton rapport aux réseaux sociaux, sur lesquels tu es, ceux que tu utilises, ce genre de choses ?

ANONYME 1 : Bah depuis le confinement j'ai beaucoup plus utilisé TikTok, sinon j'ai toujours utilisé un peu Insta euh ... Après Instagram j'ai arrêté depuis janvier [2022].

S. T : Pourquoi ? Il y a une raison particulière ?

ANONYME 1 : Hum non j'en avais juste marre d'Instagram donc du coup, j'ai décidé de faire une pause, de tout retirer, de repartir à zéro.

S. T : Ok et tu as la même utilisation de tous les réseaux sociaux ? En termes de temps passé dessus, de régularité de publication, etc ?

ANONYME 1 : Instagram du coup bah plus du tout, je répond à des messages seulement après TikTok je reste toujours un peu dessus pour savoir par exemple les expositions, pour faire passer des messages.

S. T : Hum hum ok et du coup tu passes beaucoup de temps à faire tes vidéos, à créer ton contenu ?

ANONYME 1 : Franchement je poste une vidéo dès que j'ai une idée, je peux prendre quinze vingt minutes pour la vidéo, c'est tout.

S. T : Ok et tu fais attention à des éléments ? Tu apportes une attention particulière au décor et à ta tenue ?

ANONYME 1 : Non pas vraiment.

S. T : Ok d'accord. Sur TikTok, tu as une grosse communauté d'abonnés ? Et si tu cherches à l'augmenter ?

ANONYME 1 : Euh non pas spécialement.

S. T : Et tu as beaucoup de personnes qui te suivent ?

ANONYME 1 : J'ai 13 300 abonnés.

S. T : Et c'est venu comme ça ou c'était à la suite d'une vidéo en particulier ?

ANONYME 1 : Je crois que c'est venu comme ça, après il y a des vidéos bah par exemple la vidéo pour le 24 septembre a fait que j'ai eu beaucoup plus d'abonnés d'un coup.

[Silence]

S. T : Et tu penses savoir ce qui a pu jouer là dedans ? Le fait que ta vidéo est percée comme ça.

ANONYME 1 : Euh je pense qu'elle a plus percé que les autres vidéos parce qu'elle parlait de la tenue des femmes comme quoi ce n'était normal que un homme dise que quand même une jupe ou un débardeur attire son regard sur les femmes. Je pense que c'est plutôt par rapport au sujet que ça a percé.

S. T : D'accord, après il y a beaucoup de gens qui ont fait des vidéos mais toutes n'ont pas percé comme la tienne.

ANONYME 1 : Ah ouais, ça c'est vrai. Après je pense que c'est ... enfin je sais pas. Je pense c'est peut-être les partages de vidéos, peut-être ceux qui font dans les premières vidéos.

S. T : Tu te rappelles quand tu l'avais publié ta vidéo ? C'était au début de l'action ? Ou un peu après ?

ANONYME 1 : C'était vraiment vers le début.

S. T : Ok donc tu penses que cela a pu aider, d'être dans les précurseuses si je puis dire, dans les premières à lancer la vidéo ?

ANONYME 1 : C'est ça.

S. T : Ok et du coup, tu m'as dit que c'était un sujet qui t'intéresse, tout ce qui est féminisme, droit des femmes, droit des vêtements ou c'était juste là, l'action qui te plaisait ?

ANONYME 1 : Non non, ça m'intéresse, même dans mon lycée, dans la vie de tous les jours, j'essaye de faire un peu avancer tout ça.

S. T : D'accord et est-ce que je peux te demander comment cela se traduit, si tu as des exemples à me donner ?

ANONYME 1 : Bah déjà vu que je sors quand même beaucoup, souvent bah vu que je suis sur Paris, on ne va pas se mentir, dans les transports ou autre, souvent on arrive à quand même se faire emmerder.

S. T : Humhum.

ANONYME 1 : Du coup moi quand je me fais emmerder ou même si j'ai des copines à moi qui se font emmerder ou juste des inconnues à chaque fois bah j'essaye de remettre la personne à sa place euh ... Moi je sais que dans mon lycée, euh vu que la vidéo elle a percé y en a quand même beaucoup qui s'étaient mis au courant. Euhm ... j'ai pu en parler avec mon directeur, il a trouvé ça bien. Dans la vie de tous les jours, dès que je vois une situation qui fait que il y a un problème avec l'homme, j'essaie d'ouvrir un peu les esprits et de faire comprendre que la tenue d'une femme n'arrange en rien ou un viol ou une agression ou autre.

S. T : Du coup tu te considères comme féministe ?

ANONYME 1 : Oui un peu mais après pas vraiment, je ne suis pas extrême.

S. T : Qu'est-ce que tu appelles "extrême" ?

ANONYME 1 : Euh bah y en a souvent qui se disent féministes sauf que elles le sont mais peut-être un peu trop au dessus des hommes.

S. T : Ok, donc toi c'est juste avoir l'égalité si je comprends bien.

ANONYME 1 : Voilà c'est ça.

S. T : Et tu te considères comme engagée ou militante ? Ou est-ce que tu considères que c'est une habitude du quotidien normale à avoir ?

ANONYME 1 : Pour moi c'est une normalité.

S. T : Tu ne te considères pas comme militante, tu n'es pas dans les milieux associatifs, ni toi ni tes proches ?

ANONYME 1 : Non non pas du tout.

S. T : Ok et du coup tu me disais que tu avais échangé avec le directeur de ton lycée, c'est ça ?

ANONYME 1 : Oui.

S. T : Tu avais eu des réflexions par rapport à ta tenue ou ils étaient assez ouverts dessus quand même ?

ANONYME 1 : Euhm, ils étaient déjà assez ouverts dessus.

S. T : Ok et tu sais s'il y a eu des choses qui ne passaient pas ?

ANONYME 1 : Non pour le coup tout le monde est passé, il n'y a pas eu de problèmes.

S. T : Ok. C'est un lycée public ou privé ?

ANONYME 1 : Public.

S. T : Et tu es donc sur Paris ?

ANONYME 1 : Non, banlieue parisienne.

S. T : D'accord et est-ce que tu peux donner le nom de la ville ?

ANONYME 1 : Oui bien sûr, c'est Champigny.

S. T : Et donc du coup par rapport à ta vidéo, tu y avais passé du temps ? Tu y avais réfléchi en amont ? La tenue que tu as mise c'est celle que tu as portée pour le lycée ?

ANONYME 1 : En fait j'ai eu l'idée de faire cette vidéo donc j'ai pris ma tenue de base après je me suis dit vu qu'on parle que de jupe, de robe bah vu qu'il y avait une robe à côté de moi, bah j'ai mis celle-ci, j'ai filmé la vidéo et après j'ai posté.

S. T : Ok donc c'était vraiment instinctif si je puis dire, assez intuitif ?

ANONYME 1 : C'est ça.

S. T : Ok et au niveau du choix de la musique cela avait un rapport particulier à l'action ?

ANONYME 1 : Euh non pas vraiment. Je me suis dit que la musique allait bien avec ce que je voulais dégager mais en même temps il ne fallait pas une musique trop axé sur cela aussi. J'ai pris ça un peu au hasard.

S. T : C'était une musique qui était en tendance à l'époque il me semble ?

ANONYME 1 : Oui !

S. T : Ok et donc c'était un peu l'ambiance musicale qui t'a plu ? Sans forcément faire attention aux paroles ?

ANONYME 1 : Ouais.

S. T : Ok, est-ce qu'il y a d'autres causes qui te tiennent à cœur ? A part l'égalité entre les hommes et les femmes ?

ANONYME 1 : [silence] Non pas vraiment.

S. T : C'est vraiment ce qui te ...

ANONYME 1 : Ouais, c'est surtout ça. Par exemple euh si je dois dégager un truc sur les réseaux sociaux c'est vraiment ce sujet là.

S. T : D'accord et tu fais beaucoup de contenu par rapport à ce sujet ?



ANONYME 1 : Non pas vraiment.

S. T : D'accord. Donc c'est vraiment le hasard qui t'a fait percer ?

ANONYME 1 : Exactement.

S. T : Ok, est-ce que je peux te demander ton âge du coup s'il te plait ?

ANONYME 1 : 18 ans.

S. T : 18 ans ? Donc tu avais 16 ans au moment de l'action c'est ça ?

ANONYME 1 : C'est ça.

S. T : Ok. Alors euh je crois que je t'ai posé mes questions générales. Est-ce que je peux te poser des questions un peu perso, pour avoir une idée de ton profil ?

ANONYME 1 : Oui oui.

S. T : Alors, pourrais-tu me dire ton genre, ton identité de genre et ton orientation ? Enfin comment tu définirais ton orientation.

ANONYME 1 : Orientation sexuelle ?

S. T : Oui.

ANONYME 1 : Hétérosexuelle.

S. T : Et du coup, femme et tu t'identifies en tant que femme ?

ANONYME 1 : Oui.

S. T : Est-ce que je peux te demander ... enfin j'imagine que tu vis avec tes parents ?

ANONYME 1 : Oui.

S. T : Et que font tes parents dans la vie ? Enfin s'ils sont encore ensemble et quels métiers ils font.

ANONYME 1 : Alors euh ma mère elle est vendeuse en lingerie et mon père il est chef d'équipe.

S. T : Ok et ils t'ont soutenu quand tu as fait l'action, où tu as choisi tes vêtements ? Ils te font des remarques sur ton choix de vêtements pour le lycée ?

ANONYME 1 : Ils me soutiennent.

S. T : C'est une bonne chose ! C'est bien d'avoir des parents qui soutiennent !

ANONYME 1 : Oui (rires).

S. T : Et du coup tu m'as dit lycée, bon je sais que les filières du lycée comme j'ai fait n'existe plus, tu fais quelle filière toi ?

ANONYME 1 : Moi je suis en bac pro.

S. T : Lequel ?

ANONYME 1 : Administration.

S. T : Ok et du coup tu souhaites rester dans ce milieu là par la suite ?

ANONYME 1 : Non pas du tout, je pars en licence d'arts plastiques.

S. T : Ok ! Effectivement, c'est tout l'opposé ! Ok je crois que je t'ai posé toutes mes questions, cela a été assez rapide, si jamais je repense à une question que j'ai oublié de te poser, je peux te remettre un petit message ?

ANONYME 1 : Oui oui y a pas de soucis !

S. T : Top, merci beaucoup ! Merci pour ton temps et bonne chance pour ta licence d'arts plastiques !

ANONYME 1 : Merci beaucoup !

S. T : Bonne journée à toi au revoir.

ANONYME 1 : Au revoir.

## **Annexe 7.5 : 1melancolie – Vidéo 13 et 19**

*Cet entretien est assez court car la personne a arrêté de répondre, malgré mes relances et n'a pas répondu à toutes mes questions*

ST : Ok alors pour commencer peux tu me parler des réseaux sociaux que tu utilises et la façon dont tu les utilises (temps passé dessus, type de contenus publiés, temps pour créer du contenu, etc) 😊

1mélancolie : Alors l'application que j'utilise le plus c'est Tiktok je dirais 2h30 par jours sur l'appli après Snapchat 2h par jours puis Instagram peut être 30 minutes par jours après Twitter et Facebook je dirais même pas 10 minutes par jours. Concernant mes types de contenus j'en est pas vraiment sur tiktok mes publications sont en fonction des trends tendances et des actualités

Je met pas beaucoup de temps à faire mes contenus tiktok je pense 2 h par semaines en fonction de si je poste beaucoup ou pas la semaine dernière je postais un tiktok par jours là cette semaine j'en est pas de prévu ça dépend vraiment

Concernant Instagram c'est rapide aussi j'essaie de poster 1 fois par semaine une photo parfois 1 fois toute les 2 semaines ça dépend sinon en story c'est pratiquement 1 poste tout les jours et pareil sur Snapchat ou je peut poster plusieurs story par jours

ST : Dacc :) et c'est globalement les mêmes contenus sur les différents réseaux ? Tu penses avoir la même communauté sur chaque réseau ?

1mélancolie : Sur Snapchat et Instagram oui c'est souvent les mêmes par contre mon contenu tiktok reste le plus souvent sur tiktok je met pas mes vidéos dans mes story insta ou snap

Certaines personnes me suivent sur insta grâce à tiktok mais ça reste une minorité j'ai beaucoup plus d'abonnés sur tiktok que Instagram mais c'est les mêmes types de personnes et de genres ont vas dire sur Snapchat c'est plus des gens qui me connaissent soit de la vrai vie soit de Instagram

ST : Je vois :)

Cela fait longtemps que tu as une communauté sur tiktok ? Comment fais-tu pour "l'entretenir" et cherches tu à l'agrandir ? :)

1mélancolie : J'ai commencer à être certifié en 2018 par Musicaly et à avoir pas mal d'abonnés sur l'année 2019. J'ai été certifié j'avais 20 000 abonnés je crois ce qui est rien du tout comparé à aujourd'hui quand on regarde de gros influenceurs qui ont plus de 300k et qui sont même pas certifié. Puis c'est devenue tiktok et ils ne m'ont pas enlevé ma certification ce qui est pas mal ahah j'ai eu de la chance :) sinon il y a eu des périodes où je ne postais plus pendant pas mal de temps car j'avais plus le temps avec mes études surtout l'année 2021 où je passé mon diplôme. C'est depuis peu que je cherche à entretenir régulièrement mon compte en postant plus souvent et plusieurs fois par semaine. Et oui je cherche à l'agrandir mais c'est difficile ahah

ST : Ok et tu sais ce qui avait fait que tu avais eu la certification ? Et oui j'imagine qu'avant musically avait moins d'impact que tiktok aujourd'hui et 20 000 était beaucoup pour l'époque ahah

Tu as voulu avoir cette communauté ou c'est arrivé un peu par hasard sur musically ?

1mélancolie : Oui c'est exactement ça et surtout depuis le confinement ou tout le monde s'est mis à tiktok pendant cette période et sinon non j'ai aucune idée de pourquoi j'ai eu cette certification ça fait longtemps mais c'est venu du jour au lendemain sans me demander mon accord.

Non c'est arrivé par hasard ahah à l'époque j'étais Lesbienne et je savais le faire voir dans mes tiktok et ça s'est ressenti dans mes abonnés « une lesbienne qui se montre et qui parle d'elle avec fierté sur les réseaux » bah ça plait

Puis quand je me suis mis en couple avec mon copain j'ai eu une baisse dans mes abonnés... c'est comme ça sur tiktok la communauté LGBT fonctionne très bien et perce beaucoup Malgré que je fasse toujours partie de cette communauté ahah :)

ST : Tu es bi du coup ? :)

Oui il y a un effet d'empowerment lié à la communauté lgbt je trouve :)

1mélancolie : Exactement ahah ça serait bizarre de garder le titre lesbienne en étant en couple avec un garçon lol donc oui Bi

Oui et c'est plutôt bien je préfère ça que le contraire :)

ST : Oh tu sais les étiquettes ahah l'important c'est d'être heureux et de s'épanouir, quelque soit la personne avec qui on est 😊

Du coup tu me disais que tu essayais d'agrandir ta communauté, comment t'y prends tu ?

1mélancolie : En essayant de poster tout les jours ou tout les deux jours si je peux et si l'es trend me plait et me correspondent je fais pas des trends juste pour poster et percer même si elle ne me plait pas si je la fais c'est que je me sens concerné ou qu'elle me plait ça arrive qu'il y ait des périodes où aucune trend ne me plait et du coup je ne poste pas, sinon j'essaie de faire des lives Makeup quand je suis avec ma meilleure amie ou on parle de tout et de rien et les lives rapportent très souvent de nouveaux abonnés beaucoup plus que des vidéos tiktok

ST : Ok et donc des lives orientés skills make up ? Tu as une formation là dedans ou tu as appris par toi même ?

1mélancolie : Oui c'est ça on se maquille en live on répond aux questions souvent on parle d'astrologie les gens aiment bien aussi l'astrologie sur tiktok et moi j'adore en parler donc c'est super ahah

Non j'ai aucune formation ni en makeup ni Mode

ST : Oui l'astrologie fonctionne bien en ce moment ahah

Petite aparté, c'est quoi ton signe et ton ascendant du coup ? 😊😊

1mélancolie : Ahah je suis Taureau et ascendant Scorpion 😊 et toi?

ST : Gémeaux ascendant bélier 😊  
(cest épuisant à vivre au quotidien ahah)

1mélancolie : Oula tu doit avoir du caractère 😊  
Moi j'aime bien les Gémeaux je m'entend super bien avec eux j'aime bien leur état d'esprit ils sont souvent fofou et super drôle

ST : par du caractère tu veux dire mauvais caractère ? 😊  
ma meilleure amie est taureau et j'ai mal de potes scorpion dans mon entourage ahah

1mélancolie : Ouais un fort caractère c'est sur et certain ahah 😊 mais oui les gémeaux et taureaux ça se plaît bien ensembles ;)

ST : On est faite pour se entendre alors ahah :)  
Bon revenons à nos moutons (oui j'ai des expressions de boomeuses ahah), comme je t'avais dit, je t'ai contacté car tu as posté une vidéo pour le mouvement du [#lundi14septembre](#) (oui je sais ça date 😊) peux-tu me dire ce dont tu te rappelles lorsque tu as créé et posté ta vidéo ?  
Pourquoi l'avais tu fait, t'attendais tu à autant de vues, penses-tu que ta vidéo a encouragé des gens à le faire, etc ?

1mélancolie : Alors à ce que je me souvient j'ai fait deux vidéos à propos de ce lundi 14 septembre la première qui a fait 226k et l'autre un peut moins 210k franchement je m'attendais à ce que ça perce car on voyais que ça partout sur tiktok c'était la Trend du moment on vas dire donc oui je m'en doutais un peu :)  
Pour ma part j'ai pas pu participer à cette événement car j'étais dans un lycée privé catholique et le lundi on été noté sur nos tenues professionnelles donc j'ai pas pu participer à ce mouvements mais je sais que beaucoup de filles l'ont fait et ce son libéré et ont partagé les aléas de cette journée sur tiktok

ST : Dacc et tu avais réfléchi en amont à ce que tu allais faire sur ces vidéos ? Le choix de la tenue, le choix de la musique aussi ?  
Et pourquoi en avoir fait 2 ? :)

1mélancolie : Oui choix des tenues forcément jupe et crop top pour l'événement c'est ce qu'il fallait concernant le choix des musiques j'ai pris les musiques en tendances sur tiktok Pourquoi en avoir fait deux alors le premier été plus centré sur « l'humour » on vas dire et aussi sur la dure réalité des CPE qui sont souvent les bêtes noires des interdictions des crop top et l'autre c'était surtout pour donner du courage et de montrer qu'on vas pas se laisser faire que c'est eux qui pensent mal et pas les filles qui mettent des crop top quand il fait chaud

ST : Sans forcément faire attention aux significations des paroles des musiques du coup ?

Une humoristique et l'autre basé sur l'empowerment :)  
et le fait de le faire sur les réseaux, cela impact aussi ton courage et ta motivation à te battre sur ces thématiques ?

1mélancolie : Ah oui forcément toute façon c'est grâce au réseaux sociaux qu'on est plus fort et qu'on peut peut être changer les choses si l'influence du mouvement atteint des personnes haut placés on sait jamais

ST : Tu penses que cela peut fonctionner? Que les mouvements sur les réseaux peuvent avoir un réel impact (sur du long terme?) à des niveaux plus hauts ?

ST : Te considères tu comme féministe ? Et/ou militante ?

1mélancolie : Pas de soucis ahah je dirais les deux [féministe et militante] car n'importe quelle femme est féministe (logiquement) et militante mais pas extrême je défend ce qu'il y a à défendre

ST : Qu'entends-tu par extrême ? Et qu'est ce qui selon toi est à défendre ? 😊

ST : Alors je souhaiterais juste connaître ton âge, la ville où tu allais au lycée (et si c'était la même ou tu habitais à l'époque) et la catégorie socio professionnelle de tes parents stp 😊

1mélancolie : J'ai 21 ans et la ville c'était Rouen ma mère est cadre et mon père fonctionnaire.

## **Annexe 7.6 : Elsa-tlsp – Vidéo 15**

S.T : Sur quels RSN es-tu et comment les utilises-tu ?

Elsa-tlsp : Alors les réseaux de base, Snapchat, Insta et Tik Tok. Snapchat c'est juste pour parler avec des gens on va dire parce que niveau story tout ça, je ne suis pas trop ... je poste vraiment rien là-dessus. Après Insta je mets des publications, messagerie directe aussi cela sert et euh ... ouais je me sers vraiment pas mal d'insta. Et Tiktok, avant je ne postais pas grand-chose, mais je trouve que c'est devenu, pas une sorte de mode, enfin maintenant tout le monde commence à poster un peu dessus, il y a plus de trucs qu'avant, Musically c'était vraiment pas ouf et du coup maintenant je m'en sers tous les jours.

S.T : Et tu passes combien de temps en moyenne dessus ?

Elsa : Ah bah Tiktok si je m'y perds je peux bien y rester deux heures !

S.T : Tu publies quel genre de contenu ?

Elsa : Sur quoi ?

S.T : Sur Tiktok et Instagram, vu que ce sont les deux que tu utilises le plus.

Elsa : Sur Insta, c'est des photos de moi, de ce que je fais, je fais beaucoup de cheval, donc je mets de temps en temps ce que je fais à cheval et Tiktok je n'ai pas vraiment de type de contenu. J'aime bien par exemple ... je suis quelqu'un qui fait beaucoup de sport, de trucs comme ça donc j'aime bien mettre des trucs qui n'ont rien à voir du sport ou des vidéos, s'il y a un truc qui me fait rire ou quoi bah je vais le mettre même si cela n'a rien à voir avec la vidéo de sport qu'il y a eu juste avant, ou du cheval, vraiment c'est plein de trucs et qui n'ont pas de rapports forcément ensemble.

S.T : C'est ce que tu as envie de faire à l'instant T.

Elsa : Oui voilà c'est ça.

S. T : Tu passes beaucoup de temps à créer ton contenu ?

Elsa : Ça dépend, il y a des vidéos où je vais faire un peu plus de temps, j'y passe bien une ou deux heures et d'autres je filme et voilà quoi.

S. T : Il y a des vidéos particulières où tu passes plus de temps ou cela dépend juste de ta motivation du jour ?

Elsa : Euh ... Bah ça dépend. Je ne sais plus exactement les vidéos que j'ai posté car je ne regarde pas mes vidéos tous les jours mais celles sur le cheval, les trucs comme ça, je travaille plus on va dire. Mais sinon je fais vraiment ça au feeling.

S.T : C'est plus un passe-temps pour se faire plaisir.

Elsa : Oui voilà.

S.T : Quand tu postes, enfin quand tu créé du contenu tu fais attention à des éléments ? L'environnement, la tenue ? Ou c'est pareil, un peu au feeling ?

Elsa : Deux trucs je dirais, enfin comment expliquer. La tenue je vais pas m'exposer car je sais qu'il y a plein de ... enfin notre société quoi ! Je ne vais pas m'amuser à me dénuder ou des trucs comme ça, mais bon je ne vais pas non plus m'habiller spécialement pour faire une vidéo.

S.T : C'est ta tenue du jour, quoi.

Elsa : Oui voilà, je ne vais pas faire forcément attention. Après même par rapport à ce que je poste, je fais des brouillons, que j'enregistre, que je garde pour moi mais ce n'est pas des trucs que je vais poster car je sais que sinon ça peut faire polémique sur un truc, parce qu'il y a pleins de sujet qui sont un peu ... pas tabous mais il y a des gens qui ne réagissent pas pareil que d'autres. J'ai pas envie d'avoir de problèmes on va dire.

S. T : Tu as des exemples ?

Elsa : C'est vraiment axé sur le cheval. Bon cela n'intéresse pas forcément tout le monde mais il y a des choses par exemple, comme des manières de travailler, des manières de

monter, ce qu'on utilise sur les chevaux ou quoi, bah il y a des gens qui vont critiquer forcément ce que l'autre fait, que ce n'est pas la bonne manière de faire, qui ci, que ça, c'est bête mais cela peut vraiment partir loin ! J'avais mis une vidéo qui parlait d'un mors spécifique pour un cheval et il y avait une fille qui n'était pas d'accord avec moi parce que le mors n'était apparemment pas adapté, ou je ne sais pas quoi, d'autres qui disent que oui, d'autres qui disent que non, c'est un débat énorme. C'est plus de trucs mais je pense que c'est même, enfin quand quelqu'un donne son avis, il y a vraiment, ils ont tous tendance à l'ouvrir j'ai envie de dire. Alors que de base, tout n'est pas si grave.

S. T : Cela refroidit un peu avant de publier j'imagine.

Elsa : Voilà et il y a des choses auxquelles je réfléchis beaucoup plus avant de poster le truc si je sens qu'on ne peut pas dire ce qu'on voulait.

S. T : Là tu me donnes l'exemple du cheval, mais il y a aussi d'autres thématiques qui reviennent ?

Elsa : Euuuh je dirais ... après les polémiques il y en a tellement ! Franchement, je ne saurais pas dire !

S. T : Pas de soucis ! C'est un bon exemple, le cheval, auquel je ne pensais pas pour le coup, je ne pensais pas qu'il pouvait y avoir clivage comme ça parmi la communauté du coup c'est intéressant. Un peu triste mais intéressant de voir que la polémique est vraiment partout.

Elsa : Enfaite j'aurais peut-être, enfin je ne sais pas si la tenue vestimentaire serait vraiment un exemple, ou même le poids, j'en sais rien mais je vois passer des commentaires, il y a des filles qui vont s'afficher, juste faire un TikTok et écrire quelque chose sur la vidéo et si elle va être ronde ou pas habillée, chaudement on va dire, bah ils ne vont pas se concentrer sur la vidéo, et plus faire polémique sur la fille en elle-même ou le garçon, j'en sais rien.

S. T : Ok. Peux-tu me parler de ton rapport avec tes abonnés ? Déjà est-ce que tu as une grande communauté sur les réseaux ? Et si oui, depuis quand ?

Elsa : Alors pas du tout ! Il y a certaines vidéos qui ont fait un peu plus de vues que les autres, mais c'est principalement mes potes, après s'il y a des gens qui s'abonnent, tant mieux mais je ne vais pas me mettre dans un truc en mode pour faire des vidéos pour les autres ou je ne sais pas quoi.

S. T : Du coup tu ne cherches pas forcément à augmenter ton nombre d'abonnés ?

Elsa : Ah non, c'est vraiment quand j'ai envie je fais une vidéo, si ça perce ça perce mais si cela ne perce pas bah je suis quand même contente d'avoir posté mon truc !

S. T : Et tu te rappelles quand est ce que tu t'étais inscrite sur TikTok ?

Elsa : Oh ça doit bien faire deux ans !

S. T : Pendant le confinement ?



Elsa : Euh non peut-être un peu avant mais c'est vrai qu'avant le confinement je n'y étais pas autant parce que bah je me fais chier j'ai envie de dire.

S. T : Et donc l'utilisation de TikTok que tu as aujourd'hui est la même qu'au début ? Tu fais, comme tu me disais, plus attention maintenant qu'au début à cause des polémiques ?

Elsa : Je pense que l'utilisation de TikTok a changé. Avant c'était plus des danses tout ça, ce côté là maintenant sur TikTok ce n'est plus le même. Maintenant on va trouver n'importe quoi, même des vidéos, je sais pas, mais qui n'ont rien à voir, des réactions à des vidéos ou des trucs comme ça, cela n'a rien à voir ! Avant c'était de la danse des trucs, maintenant si on verrait des vidéos qu'étaient sur Musically du coup qui était avant, bah du coup ça va faire plus ... même pas polémique mais ça va juste être gênant ... je ne sais pas comment expliquer ! Mais maintenant on voit moins de gens qui dansent !

S. T : La nature première de TikTok a évolué.

Elsa : Oui voilà !

S. T : Tu penses que cela est arrivé plus ou moins quand ?

Elsa : Franchement, depuis le confinement. Non ou alors quand cela a été racheté. Ce n'était pas le même public on va dire.

S. T : Tu penses que c'est quand Musically est devenu TikTok que cela a "foiré", si je puis dire ?

Elsa : Ouais, je pense. Ce n'est plus le même usage.

S. T : Et j'imagine que le fait que plus de gens se soient mis sur l'application pendant le confinement a aussi joué un rôle, cela a aussi fait évoluer les tendances et tout.

Elsa : Largement, avant on disait qu'on avait Musically c'était un peu ... pas bizarre mais voilà quoi. On avait une image différente, je pense que maintenant on ne demande même plus si on a TikTok. Enfin je pense. Après bien sûr certaines personnes non.

S. T : Hum hum. Je peux te demander quel âge tu as ?

Elsa : Je vais prendre 18 ans.

S. T : Oui je pense donc que tout ton lycée est sur TikTok.

Elsa : Oui.

S. T : Il est vrai que ma génération est moins dessus, on est un peu dessus mais on est plus timide c'est vrai. Et c'est aussi plus mal vu. Enfin bref. Du coup comme je t'avais dit je travaille, dans le cadre de ma thèse, sur le lundi 14 septembre et je voulais te demander,

comme ta vidéo a fait pas beaucoup de vues, pourquoi as-tu décider de poster une vidéo sous ce hashtag ?

Elsa : Alors à la base c'était dans l'optique on faisait une vidéo pas pour rire ... mais tout le monde on a vu justement sur TikTok qu'il y avait le hashtag, je ne sais plus exactement lequel c'était mais en mode de "tout le monde s'habille comme on veut" voilà et du coup on s'est dit, vu que tout le lycée on savait allait le faire, bah on va faire une vidéo, on va voir et pis voilà. Et on l'a mis, on s'est dit vu que tout le monde allait posté, que tout le monde était au courant de la journée on s'est dit qu'il y en allait forcément qui allaient faire des vidéos et que du coup, soit le hashtag allait être recherché ou que du coup c'est des vidéos pas qu'on attend mais peut-être qu'il y a des gens qui se disent bah vu qu'il y a cette journée-là, bah on fait une vidéo.

S. T : Tu penses que le fait qu'il y ait des gens qui aient posté autour de toi cela a un peu influencé le fait que tu ais eu envie de poster toi aussi ?

Elsa : Ah oui oui mais après on a pas fait ça en mode on va faire cette vidéo pour que la vidéo fasse des vues, et que voilà, c'était juste ... enfin je ne sais pas si c'était vraiment pris au sérieux, c'était l'année dernière, en était là "Vas-y parler de ta tenue et on va mettre ça sur TikTok".

S. T. : Oui c'était pour participer au mouvement, être un peu dans un sentiment de communauté ?

Elsa : Oui voilà. Les lycées maintenant il y a des règlements, des machins qui ne sont pas toujours cools, et du coup c'était, je pense, aussi une manière d'emmerder le lycée, j'ai envie de dire.

S. T. : Et il y a eu beaucoup de remarques de la part du lycée sur les tenues des filles ? Pas que sur la journée, de façon générale ?

Elsa : On a un lycée qui, normalement, est censé être assez catholique, on est pas nombreux mais quand il fait chaud, il fait chaud quoi ! Y a un moment on ne peut pas mettre de tee-shirt à bretelle par exemple car on voit nos épaules, on ne peut pas mettre de jean à trous parce qu'on voit nos genoux. Il y a des surveillants qui nous scotchaient les jeans ou alors ils nous mettaient une feuille A4 et ils nous scotchaient la feuille sur le jean ! C'était vachement sympa, ça aussi.

S. T. : Ah oui cela devait être particulier l'ambiance ! C'est de façon général ou cela était spécifique à cette journée ?

Elsa : Non c'est vraiment tous les jours.

S. T. : Ok. Du coup lycée catholique, c'est un lycée privé j'imagine ?

Elsa : Oui.

S. T. : Et c'est toi qui a choisi d'y aller ou ce sont tes parents ?

Elsa : Je n'ai pas spécialement choisi, oui ce sont mes parents.

S. T. : Et du coup ta vidéo c'était des petits témoignages, pourquoi as-tu voulu faire un genre de "mini-reportage" ? Qui était une vidéo assez différente des autres : beaucoup montraient simplement leur tenue.

Elsa : Bah en fait, je trouve ça nul de faire une vidéo en monde où on montre juste sa tenue. C'est plus on va dire logique que les gens parlent.

S. T. : C'était spontané ou tu en parlais avec les filles avant ?

Elsa : Avant de filmer, on leur demande si elles sont d'accord de faire la vidéo, que cela va finir sur Tiktok et puis si elles veulent on leur a juste demandé les remarques qu'elles avaient eu pour leur tenue et voilà.

S. T. : Pourquoi voulais-tu protester ? Quelle était ta revendication quand tu as fait la vidéo ?

Elsa : Moi, honnêtement, parce que cela a fait débat dans les commentaires car il y en a qui disaient "Cette tenue là elle n'est pas adaptée pour le travail, c'est pas comme ça qu'on doit s'habiller pour aller au lycée", ce genre de remarque. Moi je pense que les tenues c'est selon les goûts de chacun. Après forcément je pense qu'il y a des limites dans un milieu scolaire il ne faut pas abuser, on va dire. Pas des règles, parce qu'en soit, elles sont sexistes. Mais je pense que c'est important que chacun décide de comment il s'habille, parce que voilà quoi ! C'est important. Ce n'est pas parce qu'on va venir en débardeur, que ce n'est pas une tenue pour travailler. Ce qu'on nous dit souvent c'est les tenues pour les entretiens d'embauche ou quelque chose comme ça bah on va pas être présentable. Ce n'est pas parce qu'on s'habille comme ça parce qu'il fait chaud et qu'on est au lycée qu'on va forcément s'habiller comme ça quand on va travailler.

S. T. : L'entretien d'embauche on y est une seule journée, si tu es embauchée ensuite c'est différent, tu y es tous les jours.

Elsa : Oui donc ensuite cela dépend de l'entreprise.

S. T. : Bien sûr, bien sûr. Et sinon de façon générale, comment tu vois toi, en tant que femme, par rapport aux vêtements après ? Que penses-tu du rapport des femmes aux vêtements ?

Elsa : Ce qui me dérange beaucoup c'est que moi le matin quand je vais m'habiller, je vais me dire "Est-ce que je met ça parce que j'en ai envie ou plutôt est-ce que je met ça parce que je ne veux pas me faire emmerder dans la rue ou est-ce que je peux mettre ça parce que c'est autorisé au lycée". On va dire que je ne m'habillerai pas forcément de la même manière s'il n'y avait pas autant de règles, autant de problèmes dans la société.

S. T. : Ok et tu penses du coup qu'un garçon, enfin si tu étais un garçon, tu penses que tu aurais les mêmes questionnements ?

Elsa : Non je pense pas mais après d'un autre côté les filles elles sont beaucoup plus regardantes je pense la manière dont on s'habille que les garçons. Les garçons ça va être ... enfin je dis ça ... C'est pas forcément ce que je pense mais on a tendance à dire "C'est court donc euh voilà il va se passer quelque chose avec les garçons". Mais euh je pense pas forcément que ce soit ça le problème. Je veux dire, ça arrive mais je pense que c'est plus les filles qui ont ce problème-là que les garçons. Eux ils vont mettre un short le matin et voilà quoi !

S. T. : Ils ne posent pas la question.

Elsa : Oui voilà !

S. T. : Tu penses qu'il y a une forme d'injustice à ce niveau là entre filles et garçons quand vous allez au lycée ?

Elsa : Oui bah justement ça on le dit beaucoup parce que "Oui dans le règlement intérieur on n'a pas le droit aux shorts mais les garçons eux ils mettent des shorts !" par exemple. Et ils vont nous répondre que ce n'est pas pareil, parce que c'est des garçons, parce que les filles si on leur autorise des shorts après cela va être trop court. Niveau sanction même par rapport au short ... enfin moi mon établissement ils en ont viré plusieurs parce que c'était très trop court ou alors ils appelaient les parents, ils donnaient des conseils d'éducation, de disciplines ou alors là c'est la nouvelle mode là en ce moment, les filles qui mettent des crop top ou des tee-shirt trop court, ils leur mettent un tee-shirt du lycée, bien rouge, bien flashy et du coup on se retrouve avec des groupes de filles qui ont des tee-shirts rouges à manches courtes pour cacher les épaules ou les trucs comme ça.

S. T. : Il y a un petit côté "humiliation sur la place publique".

Elsa : Clairement, c'est hyper humiliant.

S. T. : Mais du coup dans le règlement, je dis n'importe quoi mais un mec a un short qui arrive au genou, une fille a un short de la même longueur, cela ne passe pas parce que c'est une fille ?

Elsa : Alors euh je suis délégué au lycée donc j'essaie de faire bouger un peu aussi parce que cela m'embête d'avoir des remarques comme ça mais normalement c'est une main à l'horizontal au-dessus du genou. Donc techniquement une fille vient avec un short, un bermuda par exemple je ne pense pas que cela pose problème. Après si c'est un short, short, même un garçon cela ne passerait pas je dirais ... Si un garçon s'habille avec un short aussi court qu'une fille cela posera problème je pense.

S. T. : Et du coup une jupe qui arrive une main au-dessus du genou cela passe quand même ou pas ? Une jupe ou une robe.

Elsa : Oui mais c'est limité. On va nous faire la remarque, limite c'est pas s'ils vont venir mesurer.

S. T. : Il y aussi quelque chose par rapport au moulant et évasé ?

Elsa : Euh ouais ... Oui bin oui ! J'ai une copine qui avait un pantalon moulant on lui a demandé d'aller se changer, de retourner à l'internat pour changer sa tenue parce que c'est trop moulant. Après les leggings tout ça il n'y a pas forcément de soucis et ... je sais pas en fait. C'est un peu à leur sauce, j'ai envie de dire. S'ils trouvent que c'est trop machin ou trop ceci.

S. T. : C'est à l'estimation des pions et des CPE ?

Elsa : Oui voilà.

S. T. : Cela à l'air d'être une cause qui te tient à cœur, est-ce que tu t'es renseignée sur d'autres actions sur cette thématique là ?

Elsa : Je dirai que je suis vite faite les tendances, les choses qui se passent sur les réseaux sociaux, les mouvements mais je ne vais pas forcément aller me renseigner plus que cela dans tout ce qui est féminisme et tout. Je dirai que je vais soutenir la cause, que cela m'intéresse, si on me demande de débattre dessus je vais avoir des arguments mais je ne suis pas forcément en mode ... pour revenir à Tiktok y en a qui ferait des comptes féministes, tout ça, je suis pas là dedans quoi. Mais je pense que c'est une cause importante quand même.

S. T. : Ok et il y a d'autres causes qui te tiennent à cœur ?

Elsa : Alors moi j'ai deux causes, la place de la femme dans la société et le bien-être animal, c'est vraiment les deux trucs ... Si on me demande de parler, j'aurais des choses à dire.

S. T. : Le fait que tu fasses du cheval cela joue aussi j'imagine.

Elsa : Ah oui bien sûr !

S. T. : Du coup tu te considères comme quelqu'un d'engagé ou militant ?

Elsa : Non pas spécialement parce que je pense que quelqu'un qui est militant il va plus s'impliquer on va dire que ce que je fais, moi je vais juste faire une vidéo ou alors si on me demande de donner mon avis. Je pense qu'un militant c'est vraiment quelqu'un qui va venir, j'en sais rien, faire des manifs, faire des actions plus poussées on va dire.

S. T. : C'est plus tes valeurs au quotidien que tu essaies de défendre.

Elsa : Oui voilà.

S. T. : Tu penses que cela impacte ta construction en tant qu'individu ?

Elsa : Oui oui bah oui je pense que j'aurais été un homme je n'aurais pas eu la même façon de penser. Y en a hein !

S. T. : C'est en grandissant que c'est venu ?

Elsa : Oui enfin c'est surtout la société, des choses cela me révolte !

S. T. : Tu te considères comme féministe ?

Elsa : Non je ne me considère pas comme cela, c'est juste des causes dont je pense qui doivent être soutenues mais sinon je ne me considère pas ... non.

S. T. : Plus un engagement distancié donc ?

Elsa : Oui voilà.

COUPURE TÉLÉPHONIQUE

S. T. : C'est bon tu m'entends ?

Elsa : Oui c'est bon !

S. T. : Oui du coup je te demandais comment tu considérais ton genre et ton identité de genre ?

Elsa : Alors je ne suis pas hyper calée là dessus, enfin tu me demandes comment je me définis ?

S. T. : C'est ça. Ton genre en gros c'est masculin, féminin ou intersexe et toi comment tu identifies ton genre.

Elsa : Ah ok d'accord ! Alors euh féminin et je dirais bisexuelle.

S. T. : Ok est-ce que je peux te demander où est-ce que tu habites ?

Elsa : Alors j'habite dans un petit village qui s'appelle Lavernose-Lacasse, c'est vers Muret.

S. T. : C'est dans quel coin pardon ?

Elsa : Lherme, Muret, c'est au sud de Toulouse.

S. T. : Sud de Toulouse, ok et donc tu vas au lycée à Toulouse ?

Elsa : Non je suis à Labège, c'est à côté de Toulouse. Dans mon petit bled.

S. T. : D'accord et donc quand tu dis bled, c'est vraiment un petit village ?

Elsa : Ouais enfin non, 3 000 habitants je dirais.

S. T. : Ok, j'imagine que tu vis avec tes parents ?

Elsa : Oui !

S. T : Ok et qu'est-ce que tu voudrais faire dans la vie plus tard ?

Elsa : Alors du coup je suis une formation STAV, c'est un bac techno, et l'année prochaine je pars en prépa ostéopathie, pour les humains et aussi les animaux si je peux faire deux.

S. T : STAV cela correspond à ?

Elsa : Sciences et Technologies de l'Agronomie et du Vivant.

S. T : Est-ce que je peux te demander ce que font tes parents dans la vie ?

Elsa : Oui alors ma mère elle est juge magistrate et mon père il est artisan, il fait plomberie, chauffage, électricité, etc.

S. T : Et dans le cadre du lundi 14 septembre, tes parents t'ont-ils soutenu ?

Elsa : Alors mes parents ne sont pas du tout sur les réseaux sociaux. Après les vidéos que je fais je leur montre de temps en temps parce que cela me fait marrer mais eux ils sont pas ... je pense que c'est vraiment ... enfin ils sont pas dans la même génération donc c'est différent, je pense que certaines causes ils vont pas les défendre, ils vont avoir un avis oui ou non mais ils ne vont pas forcément avoir l'avis que je peux avoir sur certains trucs parce qu'ils n'ont pas vécu la même chose étant jeunes.

S. T : Et du coup par rapport à tes habits quand tu sors ? Ou quand tu vas au lycée ?

Elsa : Alors moi mes parents ils ont toujours été très très relax on va dire sur ça, après forcément, bon j'ai envie de dire parce que c'est des vieux (rires), mais j'avais acheté un jean à trous, un truc que j'aimais bien quoi, mon père m'a lâché un truc en mode "Tu t'es fais attaqué par des chiens ?", j'étais là "C'est cool" (rires). Mais sur ce genre de truc, enfin si c'est cours ou quoi, ils vont pas m'embêter mais me dire peut-être "Fais attention quand tu sors, on sait jamais", tout ça quoi. Mais ils ne vont pas me dire "Tu vas te changer".

S. T : C'est plus au niveau de la mode, les styles de "maintenant", si je puis dire, qu'ils maîtrisent moins, comme ce n'est pas leur époque.

Elsa : Oui voilà.

S. T : Ok, bah du coup je crois que je t'ai posé toutes mes questions, si tu as quelque chose à ajouter ?

Elsa : Non.

S. T : Ok en tout cas merci d'avoir pris le temps de me répondre, c'est gentil.

Elsa : Y a pas de soucis cela me fait plaisir !

S. T : Si jamais j'ai d'autres questions je peux te renvoyer un petit message ?

Elsa : Bien sûr, il n'y a pas de soucis !

S. T : Merci beaucoup. Du coup le bac cette année ?

Elsa : Ouais, là il me reste deux épreuves.

S. T : Et ça va cela s'est bien passé ?

Elsa : Ca va, après il y a des réformes, donc on est un peu mode crash test.

S. T : Bon courage en tout cas, et bonne continuation pour la suite !

Elsa : Merci et bon courage à toi pour ta thèse.

S. T : Merci, bonne soirée à toi.

Elsa : A toi aussi !



## Annexe 7.7 : Yahyaachou – Vidéo 20

S. T : Oui allô ?

Yahyaachou : Allô.

S. T : Bonjour, tu vas bien ?

Yahyaachou : Ca va, ca va.

S. T : Merci de prendre du temps pour répondre à mes questions, c'est super sympa.

Yahyaachou : Y a pas de soucis, j'étais en plein de partiels au début c'est pour ça que je n'ai pas relancé toute de suite, désolé.

S. T : Y a pas de soucis, t'inquiète ! Ca c'est bien passé ?

Yahyaachou : Ca va.

S. T : Bah tant mieux alors. Cela ne t'embête pas si j'enregistre ? C'est pour pouvoir travailler dessus après.

Yahyaachou : Y a pas de soucis, normalement je dois rien dire de mal [rires].

S. T : [rires] Alors du coup est-ce que tu peux me parler des réseaux sociaux que tu utilises ? Lesquels tu utilises et comment tu les utilises ?

Yahyaachou : Ok, donc euh moi petit à petit en grandissant je me suis rendu compte que les réseaux sociaux cela me plaisait parce qu'y en qui disent "Non j'aime pas passer du temps sur le téléphone, c'est un concept que je trouve bête, etc.". Moi j'ai trouvé cela très sympa de part le fait que je suis d'origine marocaine, toute ma famille est au Maroc. En fait, le développement des réseaux sociaux a fait en sorte que euh je puisse être de plus en plus en contact avec ma famille qui est au Maroc. Facetime, Facebook avec les anniversaires et toutes ces petites conneries comme ça en fait ont permis de se rapprocher petit à petit avec ma famille. Alors que euh si je ne me trompe pas, y a dix douze ans bah pour contacter ma famille c'était le téléphone fixe qui coûtait archi cher.

S. T : C'est sûr.

Yahyaachou : Donc euh les réseaux sociaux j'ai commencé à les apprécier petit à petit aujourd'hui je les utilise. Je suis quelqu'un d'extraverti, qui n'a pas peur de partager sa vie, du coup je partage ma vie. S'il faut partager ses succès entre guillemets je le fais, je suis très content très fier de ce que j'ai fait. Quand il faut partager des conneries, bah je le fais, ça par exemple avec les storys instagram etc. et après il y a eu TikTok avec le confinement et TikTok cela m'a permis carrément de créer un concept d'avoir une communauté qui tourne autour de quelque chose et du coup en fait j'ai pu ... heum ... heum ... parler de la

vie étudiante en partant de mon expérience personnelle et tout ça pour donner des conseils et partager mon expérience afin que les gens qui vivent la même chose que moi se sentent moins seuls. Et je trouvais que c'était un moyen de trouver, de se rapprocher avec les gens, genre moi quand je regarde des vidéos d'influenceurs qui sont plus grands que moi bah des fois je me sens ... je me dis "Ah lui aussi il a vécu ça, ça me rassure !". Donc j'essaie de faire la même chose mais à plus petite échelle et sur des choses un peu plus banales dans le sens, juste la vie étudiante, genre rien de spécial. Et du coup oui j'utilise les réseaux sociaux juste pour parler en fait et euh ... je suis quelqu'un qui, dans la vraie vie, parle H24, donc si j'ai l'occasion d'avoir un micro dans les mains et de taper la discussion, bah euh je le fais avec aucun souci.

S. T : Hum hum.

Yahyaachou : Du coup les réseaux sociaux me permettent juste de faire ça un peu H24, quand je veux, et juste avec un téléphone. Voilà.

S. T : Ok et du coup tu m'as dit que tu as percé sur TikTok, c'est ça ? Ou tu as percé également sur d'autres réseaux ?

Yahyaachou : Euh bah TikTok, c'est là où je peux dire que j'ai percé parce que j'ai 23 000 followers mais c'est rien par rapport à d'autres personnes. Mais genre ça fait qu'aujourd'hui en soirée ou dans les autres écoles on me reconnaît et c'est drôle. Mais dans les autres profils bah Instagram j'ai 1 000 followers, c'est rien mais surtout parce que c'est des profils où c'est plus difficile de percer, et du coup, y a des gens qui viennent de TikTok bien évidemment mais euh, mais euh ... Moi je n'ai pas cherché à percer sur les autres réseaux parce que ... en fait ce que j'essaie de faire à chaque fois, c'est de rester naturel, en fait j'ai jamais voulu forcer. En fait, je ... Y a des gens qui ont par exemple abandonné les études pour vraiment faire les réseaux sociaux, genre faire leur vie sur les réseaux sociaux en fait. Mais moi ça a été ... moi cela a été plutôt une passion, un hobby, dans le sens où j'ai les réseaux sociaux à côté, si cela marche bien ça marche, si cela ne marche pas bien, je m'en fous, cela ne changera rien dans ma vie. Et du coup je n'ai pas forcément essayé de percer dans les autres réseaux et TikTok, même pas, dans le sens où ça s'est fait tout seul, naturellement.

S. T : En fait tu as créé du contenu, cela a bien marché et du coup tu as continué ?

Yahyaachou : Oui c'est juste ça.

S. T : Ok et du coup tu penses avoir quel genre de relations avec tes abonnés ? Ils te font des retours sur ce que tu fais ?

Yahyaachou : Euh ... Y a ... Avant ... Là avec l'école j'ai dû beaucoup me calmer mais avant je postais beaucoup, je recevais des messages sur instagram, des questions ... Je parlais de l'école donc les gens me posaient des questions sur l'école, sur leurs prépas donc il y avait beaucoup d'échanges sur Instagram, et sur TikTok bah je faisais beaucoup de blagues. Dans mes lives, j'ai pu toucher des lives à 100, 150 personnes. Et quand tu as 150 personnes devant toi, les questions ça enchaîne.

S. T : Et du coup tu fais quelle école ? Si ce n'est pas indiscret.

Yahyaachou : Je suis à ENSTA Paris. C'est une école d'ingénieur. Top 7.

S. T : Ok et du coup c'est par rapport à la vie étudiante là-bas que tu parles ? C'est une prépa ?

Yahyaachou : En fait j'ai commencé TikTok quand j'étais en prépa, donc je parlais de ma prépa et après tout le monde a vu ma transition, ma préparation aux oraux, mes oraux et tout ça. Et aussi quand j'ai eu mes résultats tout ça, et après j'ai continué, quand je suis arrivé en école bah cela m'a changé de monde, cela m'a permis aussi de changer de contenu.

S. T : Cela évolue avec toi en fait.

Yahyaachou : Oui, c'est ça.

S. T : J'ai vu que tu avais fait des concours d'éloquence aussi c'est ça ?

Yahyaachou : Oui j'en ai fait un mais c'était le concours d'éloquence de l'école.

S. T : Ok ! Est-ce que je peux te demander quel âge tu as ?

Yahyaachou : 21 ans.

S. T : Ok ! Donc du coup comme je t'ai dit, je travaille sur le mouvement du lundi 14 septembre et, bon je sais que cela date un petit peu, mais est-ce que tu te rappelles pourquoi tu avais posté une vidéo ? Et quel sens tu as mis derrière ?

Yahyaachou : On est d'accord, la vidéo sur le 14 septembre c'était bien celle euh la journée pour le crop top et tout ça ?

S. T : C'est ça. Voilà. Et tu avais fait une vidéo un peu humoristique ...

Yahyaachou : Bah en fait c'était euh ... Alors déjà le concept de la journée c'était de mettre un crop top, ce que bien évidemment je soutiens complètement, cette idée de s'habiller comme on veut dans le sens ... S'habiller comme on veut tant que c'est dans les règles de bien vivre ensemble. Mais le fait est, l'objectif de ma vidéo, de manière humoristique, était de pointer du doigt le fait que, dans les discriminations, dans les problèmes, dans le mal, il y a toujours la discrimination. Je pense que ,si jamais, pendant cette journée-là, il y avait un groupe de personnes qui venait en djellaba et que ... et que ... genre ... avec des habits dans le genre arabe par exemple, la CPE aurait carrément oublié les crop top et pointer du doigt directement ça. Dans le sens que, on aurait ... euh ... parmi ... les minorités entre guillemets discriminé on aurait choisi laquelle discriminait le plus quoi. Et moi c'est quelque chose je dénonce continuellement, même dans mes réseaux, le fait de choisir quelle guerre menée, quelle cause soutenir, euh ... "je soutiens la cause sociale, mais cela dépend du pays", "je soutiens le problème de l'immigration mais cela dépend de quel pays ça vient", voilà tout des trucs comme ça. C'est des choses qui me fait devenir fou, je ne comprends

pas comment on peut avoir des standards aussi différents selon la nationalité ou selon le pays en question. Et c'est ce que je voulais montrer, de manière drôle, de pointer du doigt ça et j'ai vu l'engagement avec la vidéo bah malheureusement des gens disent ça peut être vrai parce que une djellaba euh ... genre fait peur, fout la haine quoi.

S. T : Oui c'est connoté. Je mets des guillemets hein mais pour beaucoup de personnes j'imagine que ce n'est pas "français" et du coup ils tapent dessus.

Yahyaachou : Oui voilà.

S. T : Ok et du coup tu as eu des bons retours au niveau des gens, par rapport à ta vidéo ?

Yahyaachou : Bah oui parce que ... Moi je suis né et j'ai grandi en Italie. Je suis arrivé en France il y a 5 ans mais cela reste quand même un pays occidental avec la même mentalité française. Quand tu es d'origine étrangère, dans mon cas marocaine, et en fait tu grandis ici en Europe, et tu as la chance, moi je considère cela comme une énorme chance, de grandir au milieu de deux cultures et en fait c'est à toi petit à petit de trouver un équilibre entre les deux, sans que tu en oublies une. Il ne faut pas faire un choix, il faut juste trouver un moyen de valoriser les deux. Et en fait ce qu'il se passe souvent, c'est les ... les ... les adolescents ou les jeunes comme moi souvent se sentent obligés de mettre de côté leur culture d'origine, parce que la société va les obliger à faire ça. Et pour moi ça c'est genre fou ! Des gens comme moi, donc des personnes avec une double nationalité ou qui ont des origines etc. en fait ils se sont reconnus dans cette vidéo parce qu'ils se sont dit bah voilà. Je ne dis pas que je vais mettre une djellaba tous les jours, mais si jamais un jour j'aurais bien aimé mettre une djellaba, j'aurais pas pu car on m'aurait dit "Non, nanani, nanana". Alors que c'est juste un habit culturel, même pas religieux. Donc normalement, j'ai le droit de le mettre et euh ... et genre ... dans le sens ... euh ... euh ... mais je ne peux pas le faire parce que voilà, tout le monde me pointrait du doigt, j'aurais les yeux de tout le monde sur moi, etc, etc.

S. T : Cela serait mal vu.

Yahyaachou : Ca serait mal vu. Mais du coup il faut dépasser ce sentiment-là. Par exemple y a un mois, il y avait la fête musulmane, il y avait l'Aïd, je n'ai pas pu le fêter parce que j'avais cours. Donc déjà on part de ça dans le sens où j'avais cours et je n'ai pas pu le fêter. Bah du coup j'ai été en cours avec une djellaba, en amphi, il y avait quoi, 300 personnes, y avait le prof. En plus je suis arrivée en retard mais c'était même pas fait exprès, je descendais les escaliers de l'amphi, j'avais l'impression de faire un défilé car tout le monde me regardait mais il n'y avait pas de soucis pour moi mais vous voyez, pas tout le monde peut avec, je dis courage pour grandir la chose, mais genre ce n'est pas facile d'avoir les yeux de tout le monde sur soi, genre.

S. T : Oui surtout si l'on sait que tous ces regards ne sont pas forcément bienveillants, oui il faut une certaine forme de courage pour garder la tête haute et continuer. Et du coup tu as eu des retours négatifs par rapport à ça ? Tu as eu des réflexions ? Ou c'était simplement des regards et cela s'est arrêté là ?

Yahyaachou : Non bah heureusement dans mon école tout va bien, dans le sens où ... c'est vraiment sympathique. Mais du coup non au contraire les gens étaient là "Wouha, c'est trop beau ce que tu portes", après moi je les ai bien habitués dans le sens où il y a eu des soirées, mais des vraies soirées, où je me suis pointée en djellaba parce que le thème était un thème un peu extravagant, et je me suis dis "Allez tu y vas en djellaba, de toute façon cela va faire toujours extravagant" du coup j'y ai été en djellaba. Y a eu le gala de l'école, tous les mecs étaient en costard, moi j'étais en habit traditionnel, très spécifique, tout ça, donc c'est quelque chose que j'essaie de faire de plus en plus, dans le sens euh ... C'est une partie de moi que je ne dois pas cacher. Genre euh parce que je ne mérite pas de vivre la pression, parce que cela devient vraiment une pression de trouver à chaque fois un moyen de le cacher etc, etc, bah moi si j'ai envie de porter ça, je le porte c'est tout. Et encore une fois je répète, c'est un habit qui est victime de l'ignorance, c'est un habit culturel et pas religieux. Donc vous voyez si c'était religieux, cela aurait été un autre discours là c'est vraiment quelque chose ... C'est comme ... dans le cliché français, un français qui porte une marinière avec un béret, c'est la même chose.

S. T : Et je suis quasiment sûre, dans certains pays, comme ceux du Maghreb, tu as énormément de touristes qui doivent s'acheter une djellaba parce que c'est culturel.

Yahyaachou : Totalement.

S. T : Ok et donc du coup je vois que cette cause te tient à cœur. Est-ce qu'il y a d'autres causes qui te tiennent également à cœur ?

Yahyaachou : Bah ce racisme là, dans la discrimination car je fais parti des minorités, donc automatiquement, voilà. Et aussi l'islamophobie qu'il y a en France, c'est quelque chose de très récurrent, notamment à BFM TV mais bon voilà ça c'est un autre discours, mais je suis musulman donc oui l'islamophobie c'est une chose qui me touche énormément et après toute cause sociale est équivalente, je me bats contre le fait de choisir les causes. En fait, on ne peut pas se battre pour toute cause. Parce que chaque cause prévaut beaucoup d'énergie, et c'est hors de question que je suis puisse aller aux manifestations écologiques, féministes, anti-raciste, c'est juste ça ... ça ... ça ... ça ... je ne serai pas efficace dans chaque cause.

S. T : Oui ça prend du temps et de l'énergie.

Yahyaachou : Je soutiens très fortement ... dans le sens où je suis actif dans la cause anti-raciste et islamophobe, euh mais en même temps euh je soutiens genre 100% toute autre cause qui implique des discriminations etc. Euh dans le sens euh ... Et du coup je suis un peu plus ... enfin moins actif dans la cause par exemple écologique et féministe, moi ce que je fais c'est juste du partage d'informations dans le sens euh ... quand je peux partager l'information, aider à savoir je le fais. Mais après quand il faut aller en manifestation ou tout ça, bah si je peux le faire mais si euh c'est pas euh ... entre guillemets ... c'est pas que ce n'est pas ma priorité mais c'est juste qu'il faut choisir la cause pour laquelle se battre pour qu'on arrive à être entre guillemets crédible dans la cause en fait. Parce que sinon ça fait beaucoup, et c'est un truc que j'essaie d'éviter, suivre la trend, suivre la mode : allez ce moment-là c'est les présidentiels y a un débat sur l'écologie, donc on est tous écologiste

mais par contre dans deux mois, il y a le burkini car il y a l'été, là on est tous féministe et après euh à la rentrée, y a Eric Zemmour qui lance une pépite, du coup on devient tous anti-raciste. Et du coup, moi je n'aime pas ça, je trouve ça ... pas hypocrite mais euh cela ne va pas servir beaucoup. Donc je préfère rester anti-raciste toute l'année et donner mon soutien complet aux autres causes mais juste avec une échelle un peu plus petite quoi.

S. T : Tu veux éviter le militantisme d'opportunité quelque part.

Yahyaachou : Oui voilà.

S. T : Où c'est un peu parce que c'est à la mode qu'on devient comme ça. Et c'est logique aussi que tu choisisses une cause que tu subis entre guillemets. Cela me paraît totalement normal. Ok hummm bah du coup tu réponds à beaucoup de mes questions sans que je les pose, donc c'est vraiment cool merci !

Yahyaachou : Oh bah de rien.

S. T : Il me semble que mes questions générales ont été posées. Est-ce que je peux te poser des questions plus sur ta vie perso si je puis dire ?

Yahyaachou : Bien sûr.

S. T : Alors tu m'as déjà donné ton âge, je vais te demander ton genre et ton identité de genre ?

Yahyaachou : Je suis un garçon et euh ... bah garçon et garçon, je ne sais pas trop comment répondre à la question.

S. T : Non non c'est très bien, c'est ce genre de réponse que j'attends. Est-ce que je peux te demander ton orientation ?

Yahyaachou : Hétérosexuel.

S. T : Ok, où est-ce que tu habites ? C'est Paris ton école c'est ça ?

Yahyaachou : Oui oui Paris.

S. T : Et tu habites sur place ?

Yahyaachou : Dans la résidence universitaire.

S. T : Ok, tu habites seul ou en colocation ?

Yahyaachou : Seul.

S. T : Et tu étais aussi en résidence universitaire quand tu as fait la vidéo du 14 septembre ?

Yahyaachou : Oui enfin j'étais en internat.

S. T : Ok d'accord, et du coup je vais te demander ce que font tes parents dans la vie ?

Yahyaachou : Euh ... mon père il est ouvrier salarié et ma mère elle ne travaille pas

S. T : Ok d'accord et du coup ils sont sur Paris également ?

Yahyaachou : Ah non mes parents sont de Lille.

S. T : Ok d'accord et tu es parti ensuite à Paris pour tes études ?

Yahyaachou : C'est ça.

S. T : Ok bah du coup je t'ai posé toutes mes questions, si jamais j'en oublie est-ce que je peux me permettre de te renvoyer un petit message sur Instagram ?

Yahyaachou : Oui il n'y a pas de soucis !

S. T : Parfait, du coup je te remercie et je te souhaite bon courage pour la suite de tes partiels.

Yahyaachou : Merci beaucoup et bon courage pour la thèse du coup !

S. T : Merci, bonne journée à toi, au revoir.

Yahyaachou : Au revoir.

## Annexe 7.8 : Carlo\_ta09 – Vidéo 80

S.T : Oui allô bonjour ?

Carlo\_ta09 : Bonjour !

S.T : Comment vas-tu?

Carlo\_ta09 : Très bien et vous ?

S.T : Oui merci, on peut se tutoyer ? J'ai 26 ans.

Carlo\_ta09 : Pas de problème !

S.T : Merci de m'accorder du temps.

Carlo\_ta09 : Avec plaisir.

S.T : Est-ce que tu peux, déjà, pour commencer, me parler un peu des réseaux sociaux que tu utilises, ton utilisation, le temps que tu passes dessus, le genre de contenu, ce genre de choses.

Carlo\_ta09 : Oui alors j'utilise principalement TikTok et Instagram. Et j'ai surtout commencé à les utiliser pendant le premier confinement, donc en 2020. J'ai beaucoup posté d'abord sur ma prise de poids parce que j'avais pris beaucoup de poids à cette époque-là. Ensuite quand j'ai commencé à découvrir le féminisme et bah j'ai parlé de féminisme. J'ai eu un an de contenu très engagé. Et là depuis un an, un an et demi, je me suis un peu retirée à cause d'un cyber harcèlement que j'ai vécu à cette époque-là donc aujourd'hui je fais beaucoup moins de contenu un peu engagé justement parce que bah c'est pas facilement à tenir (*rire jaune*).

S.T : Oui j'imagine, c'est particulier à vivre. Et du coup tu dis que tu as découvert le féminisme, cela s'est traduit comment ?

Carlo\_ta09 : Moi ça a été l'achat d'un bouquin pendant le premier confinement moi j'adore lire mais euh j'avais pas lu depuis assez longtemps, j'avais pas le temps, etc. et pendant le premier confinement, comme beaucoup, j'ai été au chômage partiel et donc j'ai acheté un livre qui s'appelle "Et si le féminisme nous rendait heureuse ?". En fait c'est un livre très simple pour commencer et du coup bah j'ai découvert. Ensuite j'ai acheté un second livre, puis un troisième, un quatrième, et pendant la période du premier confinement j'ai dû lire une quinzaine de bouquins sur ça et ... et voilà ! Après je suis tombée dedans.

S.T : Ca a été la révélation !

Carlo\_ta09 : Voilà c'est ça !

S.T : Et donc du coup tu as voulu le partager en faisant du contenu engagé ?



Carlo\_ta09 : Oui mais en fait de base je parlais plus de tout ce qui est prise de poids, je parlais plus de ça et euh ... en fait c'est vrai qu'en tant que femme, quand on prend du poids, toutes les questions d'obligation sociale sur la beauté sont encore plus intense du coup j'ai dérivé un petit peu sur le féminisme et j'ai fait surtout, j'avais envie de faire du contenu pédagogique et donc d'expliquer. Je parlais de termes un peu compliqués que j'essayais d'expliquer au mieux pour que cela touche le plus de personnes, j'aimais bien faire de la vulgarisation, parler de mes lectures et tout et ça a plus tout de suite.

S.T : Oui donc tu étais vraiment dans la démarche pédagogique de vulgarisation de concepts. Mais du coup tu avais déjà une communauté ou c'est quand tu as commencé à faire ça qu'elle est arrivée ?

Carlo\_ta09 : J'avais rien sur les réseaux, à part mes amis sur Instagram. Mais j'avais déjà eu des ... comment dire ... des communautés sur d'autres sujets mais qui n'avait rien à voir, sur la moto avec 99% des hommes, et quand j'ai installé TikTok, en très peu de temps ... en trois mois, en deux trois mois, j'ai atteint les 50 000 abonnés et à ce moment-là cela a été vraiment intense car je n'avais jamais été confrontée à ce type de montée sur les réseaux et que cela a été très très rapide et c'est ça qui a été difficile à gérer d'ailleurs après sur le long terme.

S.T : Dans quel sens cela a été difficile à gérer ?

Carlo\_ta09 : Moi ce qui a été difficile bah c'était que je fasse du contenu engagé et donc ça ne plait pas. Et quand on fait du contenu qui ne plait pas mais que personne nous voit c'est pas très très grave. Quand on fait du contenu qui plait et qu'on nous voit et qu'on lui donne de l'importance cela énerve beaucoup de gens et du coup ça a été très dur au niveau du harcèlement, de la menace. Moi j'avais, en gros à cette époque là, on était plusieurs filles à faire du contenu assez engagé sur la plateforme et euh alors déjà TikTok c'est une plateforme qui censure pas mal, bon c'est de mieux en mieux mais c'est quand même ... enfin je me suis faite pas mal censuré par TikTok, mais en fait on avait des groupes d'hommes qui faisaient des raids d'harcèlement et de signalement. En fait ils se mettaient d'accord pour à telle heure tel jour pour signaler en masse telle fille et du coup nos vidéos sautaient ou on était bannies pendant une semaine à cause du signalement etc. et donc ça c'était simple et après y avait de haine et du coup c'est pas facile car quand on passe d'une vie totalement normale à vouloir aider les gens et à se prendre ça, ça a été compliqué.

S.T : J'imagine. Il y a eu des suivis mis en place ?

Carlo\_ta09 : Non non pas du tout. Moi je sais que j'ai eu la chance à l'époque mon ex-compagnon était là et je sais que je pleurais beaucoup, de ce que j'appelais le "burn-out militantisme" quand on se dit que notre cause c'est foutu, qu'on n'y arrivera jamais etc. Et je sais que, pendant une période même je pleurais tous les soirs etc. et c'est mon compagnon, mon ex-compagnon qui m'avait retiré mon téléphone, qui avait retiré les notifications TikTok. Et aujourd'hui c'est pour ça que je ne fais plus du tout de contenu aligné avec ce que je faisais avant, vraiment je fais des trucs tellement léger, c'est pour ça qu'aujourd'hui mes réseaux sont en stand-by, mais ouais non on n'est pas accompagné du tout ! Tout le monde s'en fiche et c'est un peu le revers de la médaille si on poste sur les

réseaux on se prépare à ce type de choses. On nous le dit tout le temps ! “En même temps, c’est normal, tu postes !”

S.T : On s’expose et donc ce sont les risques ?

Carlo\_ta09 : C’est ça ! On s’expose et puis les gens ont du mal à comprendre qu’internet c’est un lieu public comme la rue en fait et si dans la rue cela ne te vient pas à l’idée d’insulter n’importe qui de tous les noms bah ça devrait pas te venir à l’idée non plus sur internet. Et puis là c’était plus que des insultes, c’est vraiment une sorte d’organisation contre nous du coup c’est encore pire ! C’est plus fatiguant encore, j’ai réfléchi à porter plainte, etc. et puis en fait, ils ont gagné ! Parce que j’ai commencé à arrêter de faire du contenu engagé donc finalement, ils ont en quelque sorte gagné en fin de compte. C’est un peu triste mais j’ai trouvé d’autres façon de militer mais pas sur les réseaux. J’ai beaucoup d’admiration pour, on va dire, des collègues de TikTok qui continuent depuis 2020.

S.T : Il faut avoir les épaules pour pouvoir tenir.

Carlo\_ta09 : C’est ça ! Si on s’écroule cela ne sert à rien, on ne peut plus aider personne ! Donc j’ai décidé d’arrêter parce que je savais que si je ne tenais pas cela servait à rien, que je ne pourrai pas aider les femmes.

S.T : Oui c’est compréhensible. Du coup tu dis que tu te considères comme militante, c’est bien ça ?

Carlo\_ta09 : Oui pour moi cela fait partie des choses de ma vie. Déjà mon métier, je suis illustratrice et j’ai ouvert une marque de papeterie qui est spécialisée dans les design très “Girl Power”, donc j’essaie de faire du contenu engagé, toujours de façon simple pour que cela touche un maximum de personnes et ... comment dire ... de poser des petites graines en fait dans les cerveaux des femmes donc je suis militante dans le sens où ce que je fais à quand même un but soit d’expliquer un terme, soit de réveiller un sentiment de sororité ou de puissance.

S.T : D’empowerment ?

Carlo\_ta09 : Voilà c’est ça donc c’est important. Là j’écris un roman actuellement qui est ma façon à moi de militer aussi. En fait j’essaye justement encore une fois de façon simple et pas ouverte de déposer des clés de militantisme dans une histoire basique. Et moi j’aime bien faire ça, c’est ma façon de militer, de toucher les femmes qui n’y connaissent rien du tout et juste de déposer une petite graine en mode elle va faire son chemin. Et pis bah voilà pour moi le militantisme c’est tous les jours, quand je discute avec des amis, expliquer des concepts mals compris, c’est expliquer des ... bah rien qu’expliquer le féminisme finalement parce que c’est quelque chose qui est hyper diabolisé. Rien que quand je suis avec des amis, hommes ou femmes, bah c’est expliquer, prendre le temps de ... de parler, de conseiller des histoires ... enfin des livres pardons, des posts, des choses comme ça. Donc oui, le militantisme pour moi c’est tous les jours, mais pas comme les gens le pensent parce que je ne vais pas en manifestation, je vais pas faire des collages dans la rue.

S.T : Du coup tu n’appartiens à aucune association militante ?

Carlo\_ta09 : Non pour l'instant ... après il faut savoir que malgré le fait que je poste sur les réseaux, je suis très très timide et réservé et dans la vie générale j'ai peu de liens sociaux, etc donc c'est vrai que pour moi ... Je suis allée une fois en manifestation, c'était extraordinaire, ça ma donné une puissance folle mais par contre j'ai mis un mois et demi à m'en remettre de façon social (rires). Donc ouais non je ne fais pas partie d'association et vu que j'ai ma propre communauté c'est vrai que ... j'ai déjà un lien sur les réseaux avec pas mal de gens.

S.T : Tu trouves ton lien social en ligne, au sein de ta communauté.

Carlo\_ta09 : C'est ça. Mais après (*inaudible*) peut-être quand je serai un plus âgé. C'est une histoire de légitimité aussi, quand on rentre dans une association faut pas croire que ... comme dans tous les milieux hein le féminisme ... [silence] bah y a des gens avec qui on est d'accord et d'autres avec qui on est pas d'accord et encore plus peut-être dans le féminisme qui est un mouvement extrêmement large avec plein de courants de pensée. Et c'est que pour l'instant quand je me rapprochais de milieu féministe, je n'étais pas très à l'aise avec forcément les idées. C'est pas parce qu'une personne est féministe qu'on s'entend forcément.

S.T : As-tu pu trouver des personnes qui avaient les mêmes idées que toi ?

Carlo\_ta09 : Très peu, honnêtement très peu. Il y avait des personnes que je suivais, il y avait une partie de leur discours qui résonnait en moi et une autre partie moins mais je trouvais pas des personnes qui pensaient, qui agissaient, comme moi. J'ai jamais rencontré une personne où dans une discussion je me suis dis qu'on a vraiment la même façon de voir de voir la cause. Et c'est ça qui est compliqué dans cette cause-là, c'est ce qui rend la chose difficile à avancer pour avoir un réel impact, c'est qu'on a tellement de courants, de possibilité de penser la chose, de vouloir changer les choses, etc. que c'est très très compliqué de pouvoir se mettre d'accord. Et tant qu'on ne se met pas d'accord, ça va être compliqué de changer les choses.

S.T : On peut alors se demander s'il n'y a pas autant de femmes que de féminisme !

Carlo\_ta09 : Exactement, c'est tellement large. Le patriarcat et l'impact du patriarcat surtout. Ce n'est pas que l'égalité homme-femme, c'est la condition, le fait que cette société est entièrement construite là-dessus. Ça touche tellement tout ! Tout, tout, tout ! On a donc toutes des avis différents sur une certaine chose, donc c'est très compliqué. Alors quand tout se passe dans le respect pédagogique, la douceur, la bienveillance, ça va ! Mais c'est aussi un mouvement qui provoque énormément de colère, ce qui est totalement légitime et du coup parfois même entre nous, c'est tendu, c'est compliqué !

S.T : Comment gères-tu cela pour toi ?

Carlo\_ta09 : J'essaie d'être tempérée, de prendre un peu de tout, dans tous les mouvements, et d'être le plus équitable possible. Moi, ma façon de militer, c'est de discuter avec les hommes. Et c'est vrai qu'ils me disent souvent qu'il voit que les discours mis en avant par les médias, misandres, extrêmes ! Et moi je leur dis "Mais si tu restes sur la vidéo,

que tu commentes, que tu la montres, etc” bah tu participes à lui donner de la force ! Moi ce que je fais quand je suis face à ce genre de contenu c’est cliquer droit et je ne suis pas intéressée et je passe le contenu. Mais malheureusement, cette dissonance crée une rivalité entre les féministes, comme je disais avant. Je sais que moi je fais des efforts surhumains pour rester calme alors que je devr... enfin je dis pas que c’est une obligation que je doive rester calme etc. mais moi si je ne me bride pas ça va me pousser et me faire plus de mal que de bien. Mais je suis pour que les féministes soient en colère et la montrent ! Je ne dis pas qu’il faut forcément rester calme, moi je le fais car sinon je n’y arrive pas, je n’ai pas le choix. Moi je l’ai tentée la colère et honnêtement me bouffer la vie au bout d’un moment c’est pas possible. Et je ne vais jamais conseiller à quelqu’un de rentrer dans une colère sans nom car ça fait mal ! Mais si elle le ressent, go ! Après forcément, mettre ça en avant, même nous on finit par se dire “Putain c’est vrai que les féministes qui passent à la TV, c’est relou !”. Quand il montre les FEMEN, seins à l’air, qui hurlent et pleines de sang ... bah forcément ! Pour moi, ce ne sont pas des féministes ! Pour moi, elles sont dangereuses car c’est important de lutter pour les travailleuses du sexe, pour celles qui veulent porter le hijab, pour les femmes trans et elles ne le font pas ! Déjà de base moi je suis déjà engagée dans des luttes sociales, même hors féminisme, contre la violence. Pour moi ces mouvements-là extrémistes, c’est hyper-violent, c’est catastrophique ! Si on donne trop de pouvoir à ces femmes-là. En fait, les gens comprennent pas que nous les féministes on ne veut pas que des femmes soient écoutées parce qu’elles sont des femmes, on ne veut pas que les femmes soient mises en avant parce qu’elles sont des femmes. C’est pas le principe. En fait, il y a beaucoup de femmes qui sont sexistes et violentes.

S.T : Je vois. Je me remets de revenir sur le lundi 14 septembre. Et donc ta vidéo avait eu pas mal de visibilité, te rappelles-tu pourquoi tu avais posté une vidéo ?

Carlo\_ta09 : Alors je ne vais pas mentir, je ne me rappelle plus trop ce que je disais ni ce que je faisais dans la vidéo.

S.T : Tu avais simplement répondu à un commentaire qui t’interrogeait sur ton avis sur le mouvement.

Carlo\_ta09 : C’est arrivé en 2020, c’est bien ça ?

S.T : Oui oui.

Carlo\_ta09 : Ok, alors j’avais 20 ans, j’ai 22 ans maintenant et je n’étais déjà plus à l’école.

Mais c’est un sujet qui me touche beaucoup car quand j’étais au lycée, je portais beaucoup de jupes très courtes, du rouge à lèvres, voilà toujours des tenues ... dans un style vestimentaire considéré assez sexy que j’ai eu très jeune. Comme j’étais en école de campagne, ça perturbait beaucoup. Donc c’est vraiment un sujet qui me touchait. En plus de ça, j’ai beaucoup de mal avec le discours des institutions en mode ‘on te prépare pour la vie active’, ‘on nous prépare pour la vie professionnelle’, parce que dire on ne met pas telle ou telle tenue pour te préparer pour la vie professionnelle ça veut dire que l’on insinue que ta vie professionnelle ça va être se plier à telle ou telle règle. Et moi en plus, étant à mon compte en tant qu’artiste, cela m’avait fait pas mal rire car je m’étais dit si on

demandait à des artistes du milieu de ... enfin des comédiens, des artistes du milieu du cirque, des choses comme ça, quelle était leur tenue professionnelle je pense que cela ferait rire beaucoup de prof et je n'aime pas cette notion de ... on veut formater en fait. Moi ça a moins été le côté on déconcentre les garçons qui m'a choqué, ça a plus été le côté que l'école nous prépare à la vie mais c'est faux, ça nous prépare à ce qui les arrange et à faire des gens plus raisonnés qui vont suivre plus facilement les indications, etc. Et autant femme que homme, contrôler la tenue des jeunes garçons ou des jeunes femmes c'est une façon à mes yeux de déjà de dire dès la minorité on fait ce qui nous arrange nous, ce dans quoi vous êtes bien on s'en fiche. Et c'est vraiment quelque chose dans le milieu scolaire qui me perturbe beaucoup. Puis y avait le fait que sexualiser le corps d'un enfant, c'est vrai que j'ai du mal aussi car c'est un débat où ce sont des adultes qui vont donner un avis ... érotique on va dire parce qu'en fait si on interdit ces petites filles, enfin ces jeunes femmes, on va pas mentir ce ne sont pas des petites filles, ce sont des jeunes femmes. Si on leur interdit de s'habiller comme ça parce que nininin c'est que nous même on pose un regard en mode c'est sexuel, c'est sexy, c'est machin et c'est extrêmement gênant de voir des adultes poser ce regard là sur des enfants.

S.T : Ce sont plus des adolescentes, voire des jeunes adultes, comme tu as dit. Certaines avaient 17, 18 ans, donc très proches de la majorité.

Carlo\_ta09 : Ouais mais même, je veux dire (silence). J'essaie de trouver mes mots. Même une fille de 17 ans, si un homme par exemple de 40 ans, 50 ans donne son avis sur sa tenue ça va quand même moi me perturber parce que cela veut dire qu'il considère qu'elle est sur le marché entre guillemets pour lui de la séduction et moi je trouve cela un petit peu glauque. Mais après c'est mon propre avis et voilà c'est aussi parce que de toute façon de base depuis toute petite je n'ai jamais jugé la tenue d'une personne pour moi c'est ... à la limite je me disais à l'intérieur de moi "ca me plait" ou "ca ne me plait pas" bah voilà.

S.T : Et tu le gardais pour toi ?

Carlo\_ta09 : Oui ! Moi j'ai grandi dans l'optique, si j'ai un avis positif, on le dit. S'il est constructif et qu'il ne fait pas mal, on le dit sinon bah on ne le dit pas en fait. Je le sais parce que je l'ai vécu, les murmures de couloir, les insultes me concernant. J'ai vécu une CPE qui cherchait par tous les moyens de me recadrer comme on dit mais j'étais une excellente élève avec de très bons résultats et sur le papier je respectais le règlement. Mais pour moi c'est pire quand cela vient d'une femme, c'est plus gênant car on a l'impression qu'elle se sent en danger en tant que femme alors que, encore une fois, on parle d'une enfant. Je veux dire, une jeune de 16 ans, même si ces collègues de classe disent qu'elle est jolie etc. Et même si un garçon ressent du désir pour elle ... tant que c'est contrôlé c'est pas grave en fait. Il faut qu'on leur apprenne à se contrôler. Vouloir contrôler la tenue de la jeune fille, c'est accepter le fait que les hommes ne peuvent pas se contrôler. Et ça me rend folle ! C'est aussi une façon d'accepter que les hommes ne respectent pas trop les règles.

S.T : Ok.

Carlo\_ta09 : Après, évidemment on peut se poser la question si la bonne façon de lutter c'était cette journée. Je sais pas, j'en sais rien ! Quelle est la bonne façon de lutter contre

ça ? C'est vrai que dans mon militantisme je suis un peu perdue quant à savoir de quelle façon on agit.

S.T : Hum.

Carlo\_ta09 : Moi je vois, parler au quotidien avec mes amis, déconstruire, etc. C'est du long terme ! Ca peut ensuite devenir un prof qui un jour prendra la défense d'une jeune fille face à ces collègues profs ! C'est sur le long terme que ça va changer. Mais cela ne se fera pas en un claquement de doigt. Cela fait des décennies que les féministes font des manifestations. D'ailleurs on dit que les féministes d'aujourd'hui sont violentes mais quand on voit les archives de certains groupes ... elles avaient moins de droits, elles n'avaient rien à perdre ! Nous aujourd'hui, on a peur de ce qu'on appelle le *backlash*, le retour de bâton. A chaque avancée, on se reprend dix pas en arrière et une vague de haine. On a trop peur de perdre ce qu'on a déjà acquis. Comme l'avortement, c'est un droit fragile. Du coup on finit par ne pas vouloir brusquer parce qu'on a peur de perdre ce qu'on a déjà gagné. Et les petites filles qui ont fait ce mouvement-là du 14 n'ont pas cette conscience-là. Donc c'est plus simple de se lancer dans ces mobilisations un peu choquantes, entre gros guillemets.

S.T : On peut y voir aussi une caractéristique de l'adolescence, se construire contre les règles.

Carlo\_ta09 : Ah bah oui il y a de ça aussi ! Honnêtement quand je m'habillais en mini-jupe au lycée, ce n'était pas pour une libération de la femme ou machin. C'est juste que j'aime ça, j'aimais m'habiller comme ça. Après la question se pose de est-ce que j'ai aimé m'habiller comme ça parce que j'aime ça ou parce que je voyais des femmes habillées de façon très sexy au quotidien. Je sais que je suis un produit pur du patriarcat. J'aime m'occuper des enfants, j'ai été nounou pendant des années, j'aime m'occuper de la maison, j'ai bossé dans le ménage pendant longtemps aussi, je suis douce, je prends soin des autres, quand je suis dans un groupe d'amis, je suis un peu la maman de tout le monde, donc je suis un pur produit du patriarcat, de ce qu'ils veulent faire des femmes. Et c'est encore plus dur quand on en est consciente. Mais bon, c'est là quand même. Je me suis construite comme ça, je ne vais pas changer du jour au lendemain parce que je suis devenue féministe. Par contre j'en ai conscience. C'est pas dans mes gènes mais dans ma construction sociale. Ça aide à avoir du recul. Alors oui ces lycéennes, beaucoup de féministes leur ont reproché leur revendication. Mais quand elles grandiront elles se rendront compte que la féminité ne passe pas juste par un *crop top*. Ce qu'elles veulent, c'est qu'on ne leur interdise pas.

S.T : Oui, elles veulent faire ce qu'elles veulent, qu'elles souhaitent ou non porter un *crop top*.

Carlo\_ta09 : Voilà !

S.T : Ok. Il me reste quelques petites questions à te poser, notamment sur le côté réseaux sociaux. J'en ai deux principales. Déjà par rapport à ce que tu disais tout à l'heure vis-à-vis de ta communauté que tu avais acquise un peu par hasard, cherches-tu à l'agrandir ? A la maintenir ?

Carlo\_ta09 : Alors j'ai jamais eu d'obsession par rapport aux statistiques. Par contre, quand on poste, on voit quelles vidéos fonctionnent le plus et c'est vrai que pendant un temps, j'essayais de faire surtout ce type de vidéo. Maintenant ça fait des mois que j'en ai plus rien à faire.

S.T : Est-ce que tu vois une différence dans ta communauté ? Ça a baissé ?

Carlo\_ta09 : Ca a stagné surtout. Car j'ai gagné beaucoup au début, mais ça fait des mois que j'ai pas bougé. Enfin, on passe son temps à en perdre et à en gagner, mais ça fait des mois que je suis au même chiffre.

S.T : Tu te considères comme active ? Est-ce que tu commentes ou interagis avec le contenu que tu vois ?

Carlo\_ta09 : Ah oui oui par contre je suis très active.

S.T : Tu vas *liker*, commenter ?

Carlo\_ta09 : Ça dépend. Faut savoir que sur TikTok je commente très très peu car c'est un réseau qui a été créé pour faire du buzz. Le fait de limiter par exemple les vidéos à un certain temps, de limiter les commentaires à un certains nombres de caractères. C'est très très compliqué d'expliquer quelque chose dans les commentaires TikTok parce qu'on est limité à 150 caractères je crois donc faut faire des petits 1, 2, 3, etc. Au début je me lançais dans des grands débats mais maintenant je le fais plus car c'est tellement facile de dire des bêtises car on doit tellement synthétiser et réduire sa phrase. Donc maintenant je commente uniquement pour apporter mon soutien, de la positivité. Et sur Instagram, parfois je commente mais très vite je regrette parce que ce sont des groupes d'hommes qui sont très présents sur les réseaux sociaux et qui au moindre truc envoie quinze milles réponses à notre commentaire.

S.T : C'est vite chronophage ?

Carlo\_ta09 : Ah oui c'est épuisant ! Donc aujourd'hui je suis active car je consomme beaucoup de contenu mais par contre je ne commente pas sauf pour apporter mon soutien. Ou alors de la recommandation, recommander un podcast, un livre, etc.

S.T : D'acc, bah écoute je te remercie. Je peux juste te poser quelques petites questions sur toi ?

Carlo\_ta09 : Oui oui bien sûr !

S.T : Alors quel est ton identité de genre, ton orientation sexuelle et là où tu habites ?

Carlo\_ta09 : Je suis une femme bi-sexuelle, je vis en campagne mais j'ai vécu quelques années à Nantes.

S.T : Encore près de Nantes ?

Carlo\_ta09 : Oui en Vendée. En fait, je suis retournée chez mes parents.

S.T : Qu'est-ce que tu as fait comme études après le lycée ?

Carlo\_ta09 : Alors j'ai fait un bac littéraire, ensuite j'ai fait quelques mois de psychologie à la fac puis j'ai commencé à travailler. Ensuite j'ai pris quelques mois de philosophie. Et puis j'ai été à mon compte en parallèle mais je n'ai jamais fini une année d'étude en étude supérieure.

S.T : Tes parents viennent de milieux engagés ?

Carlo\_ta09 : Ma maman un peu, mon papa non.

S.T : Je peux te demander ce qu'ils faisaient dans la vie ?

Carlo\_ta09 : Mon papa était commercial mais maintenant ils sont à leur compte. Ils ont ouvert leur entreprise un peu en même temps que moi. Ils sont dans la restauration. Après ils n'étaient pas très engagés. Mais il faut savoir que moi je suis blanche mais mon papa est noir. Donc l'engagement qu'il y avait pas mal à la maison c'était forcément plus contre le racisme. Parce que famille mixte, dans un petit village à la campagne en Vendée. C'est d'autres combats. Mais au niveau du féminisme, je n'ai jamais été spécialement sensibilisé. Après j'ai grandi dans une famille très ouvertement de gauche. A la maison, c'était hors de question de discriminer.

S.T : Tu penses que cela a été un terreau fertile pour ton féminisme ?

Carlo\_ta09 : Moi je pense que c'est l'inverse. J'ai été élevé avec trois frères, et l'impact du patriarcat. Car quand ma maman a eu des soucis de santé, même si j'étais la plus jeune, c'est moi qui ai pris ce rôle-là, de s'occuper de la maison. Donc comme j'ai été plongé dans l'extrême inverse, quand j'ai découvert le féminisme cela m'a permis de basculer dans l'autre côté. Mais en soi, ce n'était pas conscient qu'ils m'ont donné cette place-là. Ils ont subi aussi les habitudes, les schémas qu'on connaît. Je ne leur en veux pas.

S.T : Ok. Bah écoute je crois que c'est tout bon pour moi. Si jamais j'ai d'autres questions, je peux te remettre un petit message ?

Carlo\_ta09 : Oui oui.

S.T : En tout cas je te remercie d'avoir pris du temps pour échanger avec moi.

Carlo\_ta09 : Je t'en prie !

S.T : Je te souhaite une bonne continuation pour la suite !

Carlo\_ta09 : Merci beaucoup ! Bonne fin de journée. Au revoir !

S.T : Merci à toi aussi, au revoir.



## Annexe 8 – Grille analyse filmique

Vidéo	
Nom du compte	
Nombre d'abonnés	
Niveau d'influence	
Durée de la vidéo en secondes	
Nombre de plans	
Ordre du plan dans la construction	
Durée	
Prise de vue	
Fixité/mouvement	
Echelle	
Eclairage	
Focale	
Filtres	
Ecrits sur la vidéo	
Point de vue visuel	
Point de vue narratif	
Point de vue idéologique	
Point d'écoute Son	
Type d'audio	
Contenu audio	
Année sortie musique	
Paroles	
Lien musique TikTok	

## Annexe 9 – Classification commentaires

Réponse	<p>Les commentaires qui interagissent de façon directe avec le compte émetteur que ce soit à leur initiative ou en réponse à une question posée (dans la vidéo ou dans la description).</p> <p>Dans cette catégorie sont différents d'une vidéo à l'autre, en fonction du propos de l'émetteur.</p>
Mention	Les commentaires au sein desquels les internautes interpellent d'autres personnes directement.
Espace de sociabilité	Les commentaires créant un espace de débat et/ou d'échange entre les internautes.
Témoignage	Les internautes apportent leur témoignage sur leur expérience (cela peut être s'ils font le mouvement ou pas, la raison, le réglément de leur établissement scolaire, etc).
Proximité	Les commentaires des internautes ayant réussi à établir un ou des liens de proximité géographique avec la personne émettrice de la vidéo.
Non-connaissance du mouvement	Les commentaires interrogeant sur ce qu'il se passe le 14 septembre.
Promotion de contenu	Les internautes qui commentent pour promouvoir leur propre contenu.
Médiatisation	Les commentaires en rapport avec le traitement médiatique de l'action.
Compliments	Les internautes complimentent la personne émettrice de la vidéo, lui apportant ainsi de la validation sociale.
« La fille »	Les commentaires demandant « Où est la fille ? » et ses variantes.
Sexualisation	Les commentaires portant un regard sexualisant sur la personne émettrice de la vidéo ou sur les lycéennes participant au mouvement.

Inclusivité	Les commentaires visant à ouvrir le mouvement aux garçons et aux filles voilées.
Soutien	Les commentaires apportant leur soutien au mouvement.
Contre	Les commentaires qui sont contre le mouvement.
Fracture générationnelle	Les commentaires illustrant une fracture générationnelle, que ce soit avec les parents ou avec le personnel de l'établissement scolaire.
<i>Troll</i>	Les commentaires qui apportent une réponse ironique à la vidéo.
Audio	Les commentaires demandant la référence de l'audio.
Anniversaire	Les internautes commentant que le mouvement tombe le jour de leur anniversaire.
Rapport au corps	Les internautes qui expliquent ne pas pouvoir participer au mouvement à cause de leur corps.

## Annexe 10 – Corpus médiatique

Ce corpus médiatique a été réalisé sur Europresse, avec comme mot-clé « #lundi14septembre ». Nous avons sélectionné en domaines de recherche la presse généraliste nationale et régionale, sur une période allant du 10 au 20 septembre 2020.



---

## Documents sauvegardés

Lundi 23 janvier 2023 à 18 h 16

18 documents

---

**EUROPRESSE**  
UNE SOLUTION DE CISION

Ce document est réservé à l'usage exclusif de l'utilisateur désigné par Université-Franche-Comté et ne peut faire l'objet d'aucune autre utilisation ou diffusion auprès de tiers. • Tous droits réservés • Service fourni par CEDROM-SNI Inc.

## Sommaire

### Documents sauvegardés • 18 documents

	15 septembre 2020		
<b>Le Journal de Saône et Loire</b>	<b>Des lycéennes réclament de s'habiller librement</b>	... 'un vêtement provocant? Pour protester contre les règlements de leurs établissements qui leur interdisent de porter les habits qu'elles souhaitent, des lycéennes ont organisé ce lundi un mouvement baptisé #lundi14septembre. ...	<b>4</b>
	18 septembre 2020		
<b>Libération</b>	<b>A Boulogne-sur-Mer, le crop-top «est une tenue normale»</b>	... été rapide-ment suivi d'un appel national à la mobilisation, estampillé par le hashtag #Lundi14septembre (lire ci-contre). Au lycée Branly, preuve que la prise de conscience est générationnelle, ces revendications ...	<b>5</b>
	15 septembre 2020		
<b>l'Humanité</b>	<b>[#NousToutes @NousToutesOrg...]</b>	... Nos tenues ne sont pas le problème. Le problème, c'est le harcèlement, les agressions et les viols. Soutien à toutes celles et ceux qui refusent la culpabilisation des femmes. #Lundi14Septembre ...	<b>7</b>
	18 septembre 2020		
<b>Libération</b>	<b>Couvrez ce nombril que le bahut ne saurait voir</b>	... shorts et autres tenues légères, à grand renfort de hashtags sur les réseaux sociaux (#Balancetonbahut, #Lundi14septembre), de pétitions, ou encore de storys Instagram et vidéos TikTok. En cause : des règles qui interdisent ...	<b>8</b>
	18 septembre 2020		
<b>Libération</b>	<b>«Dix lignes pour les filles, une ou deux pour les garçons»</b>	... à sensibiliser les élèves sur les stéréotypes de genre. Les élèves mobilisés autour des hashtags #Lundi14septembre et #Balancetonbahut jugent les règlements intérieurs de leurs établissements discriminants. Est-ce le cas ? Les codes ...	<b>10</b>
	18 septembre 2020		
<b>Libération</b>	<b>Entêtement</b>	Soubresaut ou début d'un vrai mouvement ? La journée #Lundi14septembre organisée par des lycéennes a en tout cas dépassé le stade du simple happening. Que demandent ces jeunes filles et femmes manifestement ...	<b>12</b>
	12 septembre 2020		
<b>Midi Libre</b>	<b>L'Arc club sétois fait sa rentrée</b>	... la salle située au 1 691, quai des Moulins. La rentrée est prévue pour le <b>lundi 14 septembre</b> de 18h à 20h pour les adultes, le mercredi 16 de 18h à 20h pour les jeunes ...	<b>13</b>
	16 septembre 2020		
<b>La Voix du Nord</b>	<b>Des étudiantes renvoyées pour « tenues incorrectes »</b>	par Chloé Wyremblewski (Sudpresse) <a href="mailto:armentieres@lavoixdunord.fr">armentieres@lavoixdunord.fr</a> Comines (B). Tenue incorrecte exigée. C'est un peu le principe du récent mouvement #lundi14septembre initié sur le réseau social Tiktok. Le principe? S'habiller de manière ...	<b>14</b>
	15 septembre 2020		
<b>Charente Libre</b>	<b>«Ce n'est pas notre préoccupation première»</b>	Julien PRIGENT <a href="mailto:jprigent@charentelibre.fr">jprigent@charentelibre.fr</a> Le mouvement a trouvé un écho particulier à Angoulême. Hier, le hashtag #Lundi14septembre a animé les lycées de France: il était question d'enfiler un short, une jupe ou ...	<b>15</b>

	14 septembre 2020	<b>Rentrée collective et créative à George-Sand</b>	
Midi Libre	...	... et sportif habituel, la MPT propose 14 nouvelles activités à découvrir à partir de ce <b>lundi14septembre</b> : éveil musical de 3 à 6 ans, chorale et aussi tamburello sicilien pour les 8-11 ...	17
	12 septembre 2020	<b>Les coureurs de Cap Bombonera sur les sentiers</b>	
Midi Libre	...	... puisse avoir lieu. Correspondant Midi Libre:0782326352 La reprise des cours de gymnastique aura lieu <b>lundi14septembre</b> , au foyer socioculturel Henri-Gravier. L'entrée s'effectue par la porte côté nord-ouest de ...	18
	15 septembre 2020	<b>Tenue correcte au placard</b>	
Paris-Normandie	...	... en raison de vêtements jugés provocants se sont multipliés. De là sont apparus plusieurs hashtags ( <b>#lundi14septembre</b> et <b>#liberationdu14</b> ) pour inciter collégiennes et lycéennes à venir hier lundi en cours habillées comme elles ...	19
	15 septembre 2020	<b>Rentrée attendue pour l'association Rentrée attendue pour l'association-mouvant-mouvant</b>	
Midi Libre	...	... Christelle Evesque, Najda Bjaoui, Anthony Georges et Nathalie Hénot ont repris, avec grand plaisir, depuis <b>lundi14septembre</b> , les cours de classique, modern jazz, danse orientale, jazz funk hip-hop ou encore Pilates et ...	20
	15 septembre 2020	<b>[Mobilisation contre une tenue correcte...]</b>	
Ouest-France	...	... elles estiment sexistes. Répondant à un appel lancé sur les réseaux sociaux ( via les hashtags <b>#lundi14septembre</b> ou <b>#liberationdu14</b> ), elles sont venues en mini-jupe, décolleté ou « crop top », un tee-shirt court ...	21
	15 septembre 2020	<b>Repère</b>	
Le Journal de Saône et Loire	...	... Un mouvement soutenu par la ministre à la citoyenneté Marlène Schiappa sur Twitter : « Aujourd'hui <b>#lundi14septembre</b> , des jeunes filles ont décidé spontanément partout en France de porter jupes décolletés crop top ou ...	23
	15 septembre 2020	<b>Des lycéennes réclament de s'habiller librement</b>	
Le Bien Public	...	... raison de vêtements jugés provocants se sont multipliés. De là sont apparus plusieurs mots-dièses ( <b>#lundi14septembre</b> et <b>#liberationdu14</b> ) pour inciter collégiennes et lycéennes à venir lundi en cours habillées comme elles le ...	24
	14 septembre 2020	<b>"Tenue correcte" exigée: des lycéennes revendiquent de s'habiller comme elles veulent</b>	
AFP Infos Françaises	...	... raison de vêtements jugés provocants se sont multipliés. De là sont apparus plusieurs mots-dièses ( <b>#lundi14septembre</b> et <b>#liberationdu14</b> ) pour inciter collégiennes et lycéennes à venir lundi en cours habillées comme elles le ...	25
	19 septembre 2020	<b>"Tenues correctes" au lycée : pour Emmanuel Macron le "bon sens" prime</b>	
Sud Ouest (site web)	...	... est revenu sur la polémique des "tenues correctes exigées" au lycée et sur le mouvement <b>#Lundi14Septembre</b> lancé par des militantes féministes qui a émergé sur les réseaux sociaux appelant les lycéennes à ...	27

## Documents sauvegardés



© 2020 Le Journal de Saône et Loire. Tous droits réservés. Le présent document est protégé par les lois et conventions internationales sur le droit d'auteur et son utilisation est régie par ces lois et conventions.



**Nom de la source**  
Le Journal de Saône et Loire

Mardi 15 septembre 2020

p.  
00-ig30

**Type de source**  
Presse • Journaux

Le Journal de Saône et Loire  
• p. 00-IG30 • 399 mots



**Périodicité**  
Quotidien

**Couverture géographique**  
Régionale

**Provenance**  
Chalon-sur-Saône,  
Bourgogne-Franche-Comté,  
France

## Des lycéennes réclament de s'habiller librement

Qu'est-ce qu'un vêtement provocant ? Pour protester contre les règlements de leurs établissements qui leur interdisent de porter les habits qu'elles souhaitent, des lycéennes ont organisé ce lundi un mouvement baptisé **#lundi14septembre**.

**E**n minijupe, décolleté ou n-bril apparent : répondant à un appel sur les réseaux sociaux, des lycéennes et collégiennes ont défié lundi la « tenue correcte » exigée par la plupart des règlements des établissements, qu'elles estiment sexistes. À la sortie du lycée Montaigne à Paris, Esther, élève en Première, porte un jean et un « crop top » (T-shirt court) blanc : « Je n'en mets pas d'habitude mais aujourd'hui je me suis dit qu'il fallait que je le fasse ».

« Il n'a pas à regarder

mon décolleté »

La semaine dernière, avec les températures en hausse, les tenues se sont allégées. Sur les réseaux sociaux, des histoires d'établissements refusant l'entrée à des jeunes filles en raison de vêtements jugés provocants se sont multipliées. De là sont apparus plusieurs mots-dièses (**#lundi14septembre** et **#liberationdu14**) pour inciter collégiennes et lycéennes à venir lundi en cours habillées comme elles le souhaitent.

Ne pas « déconcentrer

les garçons »

« La semaine dernière, j'ai été convoquée chez le proviseur parce qu'on voyait mon soutien-gorge. Il m'a dit : "On n'est pas à la plage ici" », raconte Judith, en première au lycée Condorcet à Paris. « Je lui ai répondu qu'il n'avait pas à regarder mon décolleté. Du coup mes parents vont être convoqués... ».

Les lycéennes s'offusquent en particulier d'un argument utilisé pour leur imposer de se couvrir : des tenues trop légères pourraient perturber le bon déroulement des cours. « En seconde, je portais un gilet à trous, une conseillère d'éducation m'a dit que ça n'était pas approprié au lycée et que je pouvais « déconcentrer les profs et les garçons » ! », rapporte Élisabeth, du lycée Condorcet.

« C'est au regard des hommes de changer, ce n'est pas à nous de nous adapter », explique Jasmine, en Terminale à Sens (Yonne).

Interrogé lundi en marge d'un déplace-

Des témoignages de jeunes filles interdites d'accès à leur lycée en raison de leur tenue se sont multipliés. Photo d'illustration Pixabay

ment, le ministre de l'Éducation Jean-Michel Blanquer a prôné « une position d'équilibre et de bon sens ». « Il suffit de s'habiller normalement et tout ira bien », a-t-il balayé.



## Documents sauvegardés



© 2020 SA Libération. Tous droits réservés. Le présent document est protégé par les lois et conventions internationales sur le droit d'auteur et son utilisation est régie par ces lois et conventions.



Nom de la source

Libération

Vendredi 18 septembre 2020

p. 3

Type de source

Presse • Journaux

Libération • p. 3 • 863 mots



Périodicité

Quotidien

Couverture géographique

Nationale

Provenance

France

## A Boulogne-sur-Mer, le crop-top «est une tenue normale»

Sheerazad Chekaik-Chaila Envoyée spéciale à Boulogne-sur-Mer (Pas-de-Calais)

Les élèves du lycée Edouard-Branly, dans le Pas-de-Calais, qui ont manifesté dès le 11 septembre, revendiquent le droit de s'habiller librement à l'école.

«On cherche juste une tenue confortable pour aller en cours. Alors oui, on porte des crop-tops quand il fait 30 degrés, c'est normal. Sinon on a trop chaud», pose Alix, 16 ans. Scolarisée au lycée Edouard-Branly de Boulogne-sur-Mer (Pas-de-Calais), la jeune fille au carré bouclé soutient le mouvement, né la semaine dernière, pour défendre le libre choix des tenues des ly-Mer du cœennes. Le 10 septembre, une de ses camarades, Anaïs, 17 ans, poste un tweet pour mobiliser d'autres élèves, après avoir entendu des copines dénoncer des remarques sur leurs tenues. Son texte est «liké» plus de 8 000 fois. Dès le lendemain, plusieurs dizaines d'élèves se réunissent devant les grilles du lycée pour revendiquer le droit de s'habiller selon les choix de chacune.

Boulognesur-Mer Manche PAS-SOMME 20 Prise de conscience Le regard bleu d'Anaïs s'agite derrière ses fines lunettes dorées. Assise sur les marches qui ont accueilli la manifesta-

tion, elle porte, elle aussi, l'un de ces petits hauts, très à la mode, où le bas du ventre reste visible : «Ce n'est pas censé être provocant et des adultes ne sont pas censés nous dire que ça peut l'être», assène-t-elle. Son mouvement a été rapidement suivi d'un appel national à la mobilisation, estampillé par le hashtag #Lundi14septembre (lire ci-contre).

Au lycée Branly, preuve que la prise de conscience est générationnelle, ces revendications ne sont pas portées que par des filles. «Pourquoi on ne dit rien à un garçon quand il porte un short qui lui arrive aux cuisses, et quand une fille a une jupe ou une robe au-dessus des genoux, on lui dit qu'elle provoque ? interroge Nathan, qui soutient le mouvement. J'ai plein d'amies qui mettent des crop-tops. Je ne trouve pas ça du tout vulgaire: il fait chaud, on ne va pas leur demander de mettre une doudoune.» Lucie ne le contredira pas. Elle porte fièrement, elle aussi, son haut blanc cassé qui laisse entrevoir son ventre entre son nombril et sa taille. «Moi, ça va, il n'est pas trop court non plus. Si je lève les

Trop court ou pas ? «Il n'y a pas de "trop court". Il n'y a pas de "bonne taille", dit Marc-Antoine du lycée Edouard-Branly.

bras, on aperçoit le haut de mon ventre. Mais parfois, on voit presque le soutien de certaines filles.» Car pour elle, «il y a quand même des limites à avoir !» Lesquelles ? «Il ne faut pas venir avec une minijupe par exemple.» En face, Lola, 14 ans, est vêtue d'une chemise en jean ample qui enveloppe toutes ses formes naissantes. Le haut de sa copine Lucie ? Pas pour elle, qui préfère les tee-shirts XL qui la «cachent»: «Je ne veux pas être jugée en permanence.» «Vieille mentalité»É Un peu plus loin, sur un banc devant le lycée, le débat se poursuit entre des amis en pause entre deux cours. Louane porte une jupe en jean qui descend jusqu'à la moitié de ses cuisses. Court ? Trop court ? Ou pas ? «Il n'y a pas de "trop court". Il n'y a pas de "bonne taille", coupe Marc-Antoine, 16 ans. Le 11 septembre, lui aussi participait à la manifestation devant le lycée, espérant que les mentalités évoluent. Seul garçon au milieu d'un autre



**Documents sauvegardés**

groupe de filles, Gabin se marre: «Ce n'est pas parce que je vois une fille en jupe que je vais regarder en dessous.» En réaction, Lilou montre sur son téléphone la photo d'une tenue portée la semaine dernière, et qui lui a valu quelques remarques. Toujours ces mêmes petits hauts coupés courts, portés sur un jean taille haute. «C'est une tenue normale», réagit une copine, reprenant sans le vouloir les mots malheureux du ministre de l'Education nationale, Jean-Michel Blanquer, prononcés lundi. Ces propos du politique, pour les jeunes filles, «ne veulent rien dire». Marie, 17 ans, ironise : «On ne peut pas normaliser les tenues. Et si tout est sexualisé: un bout d'épaule, un bout de bras ça va être compliqué. On va sortir avec des cols roulés même quand il fera 30 degrés.» Pour un groupe d'amis, assis les uns à côté des autres, c'est «un problème de vieille mentalité», même s'ils estiment aussi qu'«il y a des limites». Léo, par exemple, trouve qu'une tenue reste correcte «du moment qu'elle ne choque pas les personnes autour, parce qu'on n'a pas forcément envie de voir des gens à poil». Un couple d'élèves s'approche du lycée. Lui en jean et pull blanc, elle en robe-pull sur des collants en résille. Tous les deux ont participé à la manifestation le 11 septembre «parce qu'on est en 2020, dans une société moderne», argue Mathéo, 18 ans. Sa copine renchérit : «Si on ne proteste pas un minimum, ça va empirer avec le temps, craint Mélissa, 16 ans. Et puis, qu'est-ce que ça veut dire tenue normale ou décente ? Ça dépend du regard des gens. Si vous avez décidé de trouver ça indécent, c'est vous qui êtes indécent de penser que ça l'est, parce que ce sont juste des habits.» Nord BEL.

DECALAIS NORD Arras km

## Documents sauvegardés

**l'Humanité**

© 2020 l'Humanité. Tous droits réservés. Le présent document est protégé par les lois et conventions internationales sur le droit d'auteur et son utilisation est régie par ces lois et conventions.

**Publi** Certificat émis le 23 janvier 2023 à Université-Franche-Comté à des fins de visualisation personnelle et temporaire.  
news\_20200915\_HU\_452568

**Nom de la source**

l'Humanité

Mardi 15 septembre 2020

**Type de source**

Presse • Journaux

l'Humanité • p. 2 • 32 mots

**Périodicité**

Quotidien

**Couverture géographique**

Nationale

**Provenance**

France

**[#NousToutes @NousToutesOrg...]**

**#N**ousToutes  
@NousToutesOrg

Nos tenues ne sont pas le problème. Le problème, c'est le harcèlement, les agressions et les viols. Soutien à toutes celles et ceux qui refusent la culpabilisation des femmes. [#Lundi14Septembre](#)

## Documents sauvegardés



© 2020 SA Libération. Tous droits réservés. Le présent document est protégé par les lois et conventions internationales sur le droit d'auteur et son utilisation est régie par ces lois et conventions.



## Nom de la source

Libération

Vendredi 18 septembre 2020

p. 2 p. 4

## Type de source

Presse • Journaux

Libération • p. 2,4 • 1116 mots



## Périodicité

Quotidien

## Couverture géographique

Nationale

## Provenance

France

## Couvrez ce nombril que le bahut ne saurait voir

Par Virginie Ballet

**Collégiennes et lycéennes se mobilisent depuis lundi pour revendiquer le droit de porter jupes, crop-tops et décolletés. En cause : le flou juridique permettant à certains établissements d'interdire des tenues jugées provocantes.**

**I**l est encore un peu tôt dans l'année scolaire, voire dans leur cursus, pour plancher sur le bac philo. Pourtant, depuis le début de la semaine, nombre de collégiennes et lycéennes ont entrepris de dé-cortiquer d'épineux concepts.

Qu'est-ce que la décence ? Et la norme ? Quid de la liberté ? Ces idéaux s'appliquent-ils de la même manière selon les sexes ? Lundi, des élèves se sont mobilisées partout en France pour revendiquer le droit d'arborer jupes, crop-tops (petits hauts qui dévoilent le nombril), shorts et autres tenues légères, à grand renfort de hashtags sur les réseaux sociaux (#Balancetonbahut, #Lundil4septembre), de pétitions, ou encore de storiys Instagram et vidéos TikTok. En cause : des règles qui interdisent, dans plusieurs établissements, le plus souvent exclusivement aux filles, de dévoiler épaules, nombril et décolleté. De Boulogne-sur-Mer (Pas-de-Calais) à Dax (Landes), en passant par Paris et la Réunion, ces normes jugées aléatoires et sexistes suscitent une vague de ras-le-

bol.

Grands principes Ce n'est pas la première fois que cette thématique fait irruption dans le débat public : en octobre 2019, en Isère, une élève de troisième avait fait l'objet d'une procédure disciplinaire pour un débardeur jugé «provocant». Au début des années 2000, c'était la mode du string dépassant des pantalons qui mettait le feu aux poudres. Auparavant, les survêtements et pantalons baggy révélateurs de caleçons s'étaient retrouvés dans le viseur. Il faut dire qu'un certain flou règne dans les textes : depuis la loi de 2004 sur les signes religieux dans les écoles publiques, «le port de signes ou tenues par lesquels les élèves manifestent ostensiblement une appartenance religieuse est inÉditorial terdit». Le reste est de la compétence du règlement intérieur propre à chaque établissement. Elaboré en collaboration entre direction, représentants de parents d'élèves, et personnels élus, voté en conseil d'administration puis transmis au rectorat, il exige souvent une «tenue correcte», notion souvent laissée à l'appréciation des per-

Photos Emma Buriel

Au lycée Edouard-Branly de Boulogne-sur-Mer, jeudi.

sonnels éducatifs. Le ministère de l'Éducation nationale fournit toutefois quelques lignes directrices, sous la forme de grands principes tels que «la liberté d'expression», «le devoir de tolérance» ou encore «les garanties de protection contre toute agression physique». Dans une tentative de clarification maladroite, le ministre Jean-Michel Blanquer en a appelé lundi «au bon sens» et estimé que «les chefs d'établissement sont évidemment dans leur rôle à faire respecter des tenues normales, tout simplement». Encore faudrait-il expliciter «tenues normales» Pétition Retour au bac philo. «Lundi, alors qu'il faisait 35 degrés, on m'a demandé de mettre un pull, parce que je portais un débardeur à fines bretelles, jugé vulgaire, s'insurge Shana, en quatrième dans un collège privé catholique de Lille (Nord). Les mecs ont droit à tout, y compris les shorts au-dessus du genou. Les profs mettent des jupes, et





## Documents sauvegardés

nous, on nous prive de plein de choses, soi-disant à cause des garçons!» Au-delà de sa tenue à l'école, Shana rêve que «filles et garçons soient égaux. Pourquoi un garçon ne pourrait pas lui aussi mettre un crop-top sans se faire insulter ? Pourquoi on se fait traiter de pute dans la rue l'été? Pourquoi on change de trottoir parce qu'on a peur ?» Isis, 17 ans, en terminale dans un lycée de Carrières-sur-Seine (Yvelines), a lancé une pétition pour «le droit au crop-top au lycée». Elle y voit «un symbole de la sexualisation du corps des femmes dans la société. Ce que dit Blanquer, Suite page 4 Suite de la page 2 le signe que moins on voit notre peau, mieux c'est pour eux». Isis espère que la mobilisation permettra, «même si c'est un peu utopique», de sensibiliser les garçons sur le respect, les violences sexistes et sexuelles, le harcèlement de rue et la culture du viol. «Il reste encore un pourcentage dingue de Français pour qui la tenue d'une femme est une circonstance atténuante pour l'agresseur», se désolent-elle. De fait, selon un sondage de juin 2019 (1), pour 42 % des Français, la responsabilité d'un violeur est atténuée si la victime a une attitude jugée provocante en public. Pour Isis, la clé, c'est l'éducation. Mais au cours de sa scolarité, la jeune fille n'a reçu que deux heures de sensibilisation à l'éducation sexuelle, et si la notion de consentement a été abordée, «rien sur le respect dans l'espace public». Ce constat rejoint les résultats d'une enquête de 2016 du Haut Conseil à l'égalité, selon laquelle 4 % des collèges et 11,3 % des lycées ne respectent pas l'obligation (légale depuis 2001), de dispenser de telles séances. «On milite depuis longtemps pour mettre en place un brevet de la non-violence obligatoire à l'école, sur le modèle de la sécurité routière, et pour que soient renforcées

les formations des personnels de l'éducation sur ces questions. C'est plus vrai que jamais», martèle Madeline Da Silva, du mouvement #NousToutes. Pour elle, la mobilisation en cours est le signe que «l'héritage de la pensée #MeToo rentre dans la société, imprègne une jeune génération qui se l'approprié dans son quotidien».

«Poids des réseaux» Interrogée par Libération, Elisabeth Moreno, ministre déléguée à l'Égalité entre les femmes et les hommes, souligne que «les femmes ont mis des siècles à pouvoir s'affranchir de codes vestimentaires. Cette liberté conquise de haute lutte n'a pas de prix». Tout en insistant elle aussi sur «l'enjeu d'éducation des jeunes garçons», la ministre estime que se pose aussi «la question du poids des réseaux sociaux qui assignent parfois des jeunes à des diktats de beauté, de mode et qui peuvent créer des complexes et de l'isolement». Lily Rose, 15 ans, en première au lycée Bellevue de Saintes (Charente-Maritime), a à l'inverse trouvé beaucoup de soutien sur ces réseaux, où sa lettre ouverte contre l'hypersexualisation des corps féminins, qui entraîne dans son lycée l'interdiction de se passer de soutien-gorge, a été très partagée. «A notre époque, alors que des voix courageuses se lèvent et parlent, alors que des femmes exemplaires se battent pour nous, on continue d'éduquer les nouvelles générations dans un contexte de culture du viol», écrit-elle. Elle précise ne pas vouloir «attaquer directement l'administration ou les profs, mais le système» responsable de leur mode de pensée. On ne sait pas sur la philo, mais sur la lutte contre le patriarcat, elle pourrait rafler un 20/20. ? (1) Sondage Ipsos pour l'association Mémoire traumatique et victimologie réalisé sur 1 000 individus représentatifs de la population

française de 18 ans et plus, selon la méthode des quotas.

**Encadré(s) :**

«Lundi, on m'a

demandé de mettre

un pull parce que

je portais

un débardeur jugé

vulgaire.» Shana élève de quatrième à Lille

**Illustration(s) :**

Photo Emma Burlet

A Boulogne-sur-Mer, jeudi.

## Documents sauvegardés



© 2020 SA Libération. Tous droits réservés. Le présent document est protégé par les lois et conventions internationales sur le droit d'auteur et son utilisation est régie par ces lois et conventions.



## Nom de la source

Libération

Vendredi 18 septembre 2020

p. 5

## Type de source

Presse • Journaux

Libération • p. 5 • 535 mots



## Périodicité

Quotidien

## Couverture géographique

Nationale

## Provenance

France

## «Dix lignes pour les filles, une ou deux pour les garçons»

Recueilli par Juliette Deborde

Pour la sociologue Gabrielle Richard, la réglementation des tenues en milieu scolaire révèle un double standard d'exigence en fonction du sexe.

Pour Gabrielle Richard, sociologue du genre à l'université Paris-Est-Créteil et à l'université du Québec à Montréal, ainsi qu'autrice de *Hétéro, l'école?* Plaidoyer pour une éducation antioppressive à la sexualité, les règles vestimentaires ne sont qu'un symptôme d'une sphère scolaire trop normative, qui peine à sensibiliser les élèves sur les stéréotypes de genre. Les élèves mobilisés autour des hashtags [#Lundi14septembre](#) et [#Balancetonbahut](#) jugent les règlements intérieurs de leurs établissements discriminants. Est-ce le cas ? Les codes vestimentaires qui s'appliquent à policer les vêtements des jeunes sont éminemment sexistes. Ils s'appliquent presque uniquement au corps des femmes. Il suffit de voir les photos de règlements intérieurs qui circulent en ligne, et où souvent une dizaine de lignes sont consacrées aux filles, contre une ou deux aux garçons. Ces critères permettent d'asseoir la domination masculine, en présentant les jeunes filles comme un objet de distraction en milieu scolaire.

On considère leurs corps comme nécessairement attirants sexuellement, on porte sur elles un regard très sexualisé, presque prédateur, alors qu'elles commencent parfois à peine leur puberté. On les infantilise aussi énormément, en considérant qu'elles ne peuvent pas décider par elles-mêmes. Il y a un double standard par rapport aux garçons.

Il existe pourtant une ambition affichée de lutte contre les inégalités filles-garçons à l'école. Il y a effectivement un discours contradictoire : d'un côté, l'institution met en avant l'égalité comme une priorité, on nomme des référents égalité dans chaque établissement scolaire, et de l'autre, on perpétue ces règlements vestimentaires. L'institution scolaire est un microcosme de la société, et véhicule une panoplie de normes en matière de genre et de sexualité. Mais elle ne les remet pas en question, alors que l'école a pourtant un rôle très important à jouer sur ces problématiques. Comment interpréter la réaction de Jean-Michel Blanquer, pour qui il suffit de s'habiller «normalement» ? C'est typiquement la remarque de quelqu'un qui ne saisit pas la complexité des enjeux et ne veut pas se mouiller ! Il y a, en France, un grand tabou autour des questions qui concernent le genre et la sexualité à l'école. On l'a vu par exemple avec les ABCD de l'égalité [abandonnés en 2014 après une polémique, ndlr] L'éducation à la sexualité en collège et lycée est envisagée uniquement par le prisme du risque, des maladies, des violences, et évacue complètement la déconstruction des normes de genre qui engendrent pourtant des comportements oppressifs.

Comment mettre fin à ce tabou ? Un exercice intéressant serait justement de développer une réflexion critique, en classe, sur ces codes vestimentaires : demander aux élèves quel regard ils posent là-dessus, leur faire réaliser à quel point il y a des attentes disproportionnées selon qu'on est fille ou garçon. Il y a aussi un énorme travail à faire sur la for-

DR



**Documents sauvegardés**

mation initiale des enseignants. Les thématiques sur la mixité ou l'égalité filles-garçons, souvent optionnelles dans leur formation, devraient être obligatoires, pour ne pas qu'ils se retrouvent démunis face à ces problématiques.

LIBÉ.

FR Lire aussi la tribune de Camille Froidevaux-Metterie, professeure de science politique : «Quand les femmes ne seront plus définies par leur corps»

## Documents sauvegardés



© 2020 SA Libération. Tous droits réservés. Le présent document est protégé par les lois et conventions internationales sur le droit d'auteur et son utilisation est régie par ces lois et conventions.



## Nom de la source

Libération

Vendredi 18 septembre 2020

p. 2



## Type de source

Presse • Journaux

Libération • p. 2 • 275 mots

## Périodicité

Quotidien

## Couverture géographique

Nationale

## Provenance

France

## Entêtement

Par CHRISTOPHE ISRAËL

**S**oubresaut ou début d'un vrai mouvement ? La journée #Lundi14septembre organisée par des lycéennes a en tout cas dépassé le stade du simple happening. Que demandent ces jeunes filles et femmes manifestement désireuses de structurer une nouvelle forme de lutte clairement revendiquée post-#Me-Too ? La possibilité de se vêtir comme elles veulent, sans être regardées comme des objets sexuels par les garçons, ni suspectées de moralité douteuse par les adultes dès que ventre ou épaule se dévoilent. Montrez ces nombrils qu'ils ne sauraient voir ! Reprise, amplifiée, puis déclinée sur les réseaux sociaux, cette dénonciation des discriminations vestimentaires subies pose les bases d'un féminisme d'action au coeur même des établissements scolaires. Au centre des débats, la notion de «tenue correcte» convoquée dans les règlements intérieurs des établissements, mais qu'une appréciation à géométrie variable rend in fine inopérante.

Si le principe est clair, sa mise en application devant la grille des bahuts se révèle plus problématique, la frontière entre jugement moral revendiqué par

certains et discriminations dénoncées par les autres étant plus que ténue. Alors, sexiste, l'école ? L'affirmer serait une erreur. Comme l'est l'entêtement à ne pas reconnaître que nos collèges et lycées ne sont qu'exceptionnellement des sanctuaires de la République où garçons et filles se sentent libres, égaux et respectés. Réagissant à la mobilisation spontanée avec un paternalisme bon teint - «Il suffit de s'habiller normalement et tout ira bien» -, Jean-Michel Blanquer n'a rien arrangé. A l'opposé du «il suffit de» du ministre de l'Education nationale, les partisans du «s'habiller librement» demandent un travail d'éducation, qui ne s'envisage que sur le long terme, afin de lutter contre l'hypersexualisation des corps et la culture du viol. ?





## Documents sauvegardés

**Midi Libre**

© 2020 Midi Libre. Tous droits réservés. Le présent document est protégé par les lois et conventions internationales sur le droit d'auteur et son utilisation est régie par ces lois et conventions.

**Nom de la source**

Midi Libre

Samedi 12 septembre 2020

**Type de source**

Presse • Journaux

Midi Libre • 71 mots

**Périodicité**

Quotidien

**Couverture géographique**

Régionale

**Provenance**Montpellier, Occitanie,  
France

## L'Arc club sétois fait sa rentrée

**L'**Arc club sétois reprend ses activités dans la salle située au 1 691, quai des Moulins.

La rentrée est prévue pour le **lundi 14 septembre** de 18h à 20h pour les adultes, le **mercredi 16** de 18h à 20h pour les jeunes à partir de 8 ans. Trois séances d'essai gratuites sont proposées par le club, qui prêtera le matériel nécessaire et appliquera les mesures sanitaires en vigueur.

## Documents sauvegardés

## LA VOIX DU NORD

© 2020 La Voix du Nord. Tous droits réservés.  
Le présent document est protégé par les lois et conventions internationales sur le droit d'auteur et son utilisation est régie par ces lois et conventions.



## Nom de la source

La Voix du Nord

Mercredi 16 septembre 2020

p.  
5224

## Type de source

Presse • Journaux

La Voix du Nord • p. 5224 •  
409 mots

## Périodicité

Quotidien

## Couverture géographique

Régionale

## Provenance

Lille, Hauts-de-France,  
France

## Des étudiantes renvoyées pour « tenues incorrectes »

Par Chloé Wyremblewski (Sud-presse) [amentieres@lavoix-dunord.fr](mailto:amentieres@lavoix-dunord.fr) Comines (B). Tenue incorrecte exigée. C'est un peu le principe du récent mouvement #lundi14septembre initié sur le réseau social Tiktok. Le principe? S'habiller de manière «provocante» pour lutter contre les discriminations sexistes. Le hashtag a largement été relayé sur Instagram par des associations féministes, mais aussi par des stars, dont la chanteuse Angèle. Jeans ajourés, épaules et jambes dénudées ou nombril apparent étaient donc les bienvenus en ce premier jour de semaine. C'est ainsi que se sont présentées une cinquantaine d'élèves de l'institut privé catholique. Une vingtaine d'entre elle ont trouvé portes closes. La direction et une partie du corps enseignant attendaient devant les grilles et les étudiantes dont les tenues ont été jugées non conformes au règlement ont immédiatement été invitées à rentrer chez elles pour en changer. Noémie portait un jean et un tee-shirt laissant entrevoir quelques centimètres de peau. «Je me suis sentie discriminée en tant que jeune femme à qui on impose une tenue. Je devrais pouvoir m'habiller comme je le souhaite», explique-t-elle. La Cominoise de 17 ans ne décolère pas. «C'est la première fois que je participe à un

mouvement féministe. Je souhaitais vraiment le faire pour la cause. Chacun devrait être libre de s'habiller comme il veut.»

## Une opération ratée?

L'opération a également fait quelques dommages collatéraux. Certaines filles n'étant pas informées qu'une telle action était organisée, n'ont, en l'occurrence, rien changé à leur garde-robe quotidienne. Elles se sont heurtées à la surveillance des adultes... plus pointilleuse en cette journée spéciale. «Je suis venue avec la même tenue la semaine passée et on ne m'a rien dit», confesse Noémie. D'autres, en revanche, ont choisi de venir habillées léger estimant que la chaleur l'imposait. «Des filles sont venues en jupe ou en débardeur, simplement parce qu'il fait chaud. On nous impose un code vestimentaire sans prendre en compte la météo», signale l'étudiante. Averties ou non, toutes ont été priées de regagner leur domicile, même quand il se trouve à plusieurs dizaines de kilomètres de l'institut. Noémie reproche également un traitement de faveur envers ses camarades masculins. «J'ai vu des garçons rentrer avec un short au-dessus du genou, alors que des filles dont le short n'était ni plus court, ni plus long se sont fait refouler à l'entrée.

Ce n'est pas juste!» Finalement, l'opération, qui peut sembler ratée pour les jeunes participantes, aura au moins eu le mérite de faire parler d'elle!

## Documents sauvegardés



© 2020 Charente Libre. Tous droits réservés. Le présent document est protégé par les lois et conventions internationales sur le droit d'auteur et son utilisation est régie par ces lois et conventions.



## Nom de la source

Charente Libre

## Type de source

Presse • Journaux

## Périodicité

Quotidien

## Couverture géographique

Régionale

## Provenance

L'Isle d'Espagnac, Nouvelle-Aquitaine, France

Mardi 15 septembre 2020

Charente Libre • p. 10 • 1281 mots

Dans les autres établissements

p. 10



## «Ce n'est pas notre préoccupation première»

N «Vulgaires», «déconcentrent la classe» n Au lycée Guez-de-Balzac, à Angoulême, des élèves essuient des remarques pour leurs tenues vestimentaires jugées inadéquates n Hier, elles ont protesté en s'habillant court.

**J**ulien PRIGENT  
[j.prigent@charentelibre.fr](mailto:j.prigent@charentelibre.fr)

Le mouvement a trouvé un écho particulier à Angoulême. Hier, le hashtag #Lundi14septembre a animé les lycées de France: il était question d'enfiler un short, une jupe ou un débardeur pour lutter contre le sexisme et les remarques jugées choquantes de l'encadrement scolaire. Sur Twitter, Marlène Schiappa, ministre déléguée à la Citoyenneté, les a assurés de son soutien.

À Guez-de-Balzac, des élèves ont suivi l'appel avec une certaine célérité. Depuis la rentrée, ces jeunes filles estiment être la cible de remarques qu'elles jugent déplacées de la part de l'administration de l'établissement. «On porte des jupes et des débardeurs aujourd'hui, mais le reste du temps, on hésite vue la manière dont on est accueillies», résumant, à la sortie du lycée, Juliette, Tatum, Nina, Suzon, Charlotte, Mina et leurs amies, élèves de première et terminale.

Si ces élèves pensent être dans l'air du temps, le lycée trouve leurs tenues par-

fois inconvenantes. Le règlement intérieur intime de faire preuve d'une «attitude correcte». Une notion qui laisse un champ d'interprétation assez vaste pour qu'on y ferraille à coups d'arguments diamétralement opposés entre élèves et direction.

Sur Twitter ou Instagram, des jeunes filles disent leur indignation: «Trop hâte de devoir me mettre en col roulé sous 30 degrés», écrit l'une d'elles. En ce mois de septembre brûlant, certaines arborent des tenues légères jugées trop décontractées. «L'autre jour, une CPE (conseillère principale d'éducation, NDLR) m'a prise à part. "Ce débardeur n'est pas acceptable!", m'a-t-elle dit. Ce n'est pas normal», plaide une élève.

«Blessant, infantilisant»

«J'avais un top, on voyait mon nombril. Un surveillant m'a dit que cela perturberait la classe. J'ai trouvé ça insultant», ajoute une autre. «Insultant pour les filles comme les garçons», lance un élève qui s'invite dans la conversation. «Les filles ne sont pas des allumeuses et on n'est pas des bêtes», ajoute-t-il. «Une CPE m'a dit: "je serais ta mère, tu ne sortiras pas comme ça", relate une

filles de première. C'est blessant et infantilisant.» Certaines d'entre elles, prévoyantes, glissent désormais un t-shirt dans leur sac, prêtes à l'enfiler. Car il arrive qu'on exige d'elles qu'elles se changent. «Ces remarques sont faites par des CPE qui sont elles-mêmes des femmes. Comment peuvent-elles avoir ces conceptions en 2020?», glisse une autre élève de première, étonnée que ce sujet surgisse dans un établissement public: «En face, à Saint-Paul, les vêtements ne posent pas problème.» Elle ajoute: «On m'a dit "t'habillerais-tu comme ça à un entretien d'embauche?" "Mais je ne suis précisément pas à un entretien d'embauche, mais au lycée», rapporte-t-elle.

«Une certaine décence»

C'est là que ça coince. «Préparer à la vie active, à l'immersion professionnelle et donc à la correction de la tenue, est une des missions du lycée», rétorque Delphine Nibaudeau, la proviseure de Guez-de-Balzac.

En cette rentrée, elle dit avoir observé, avec son équipe éducative, «des élèves court-vêtus, des brassières, des ventres apparents. Cela m'a valu d'informer les parents d'élèves de seconde: les sous-



## Documents sauvegardés

*vêtements sont faits pour rester sous les vêtements, et on n'a pas à voir le corps de l'autre.» Elle appelle à «une certaine décence», tout en se défendant d'une conception rétrograde de l'image de la femme. «Mai 68 est passé. Les surveillants généraux qui font régner la terreur pour du rouge à lèvres et une jupe, c'est fini. Je suis née en 1976 et j'assume ma féminité. Je trouve nos lycéennes superbes, je les félicite d'assumer leur corps. Mais je leur demande de faire la différence entre les codes vestimentaires de la maison ou de la plage et ceux en société. C'est aussi valable pour les garçons qui viennent en short de foot.»*

Mais il y a visiblement un décalage de perception entre les élèves et le lycée. *«S'il faut plus du dialogue, on va s'y remettre.»*

*«On a mieux à faire. Ce n'est pas un sujet», réagit Thierry Roul, proviseur du lycée de l'image et du son d'Angoulême. Au Lisa, à Ma Campagne, les tenues des lycéennes ne créent pas de polémique. «Il fait 30 et quelques degrés, si elles ont le ventre à l'air, ça ne me gêne pas», poursuit le chef d'établissement. Au Lisa aussi, le règlement intérieur stipule «tenue correcte exigée». Mais l'établissement évolue avec son temps. «Il y a dix ans, un pantalon déchiré, c'était interdit. Aujourd'hui, ce n'est plus le cas.» Et de préciser: «La seule limite, c'est que la tenue d'une jeune fille ne la mette pas en danger quand elle sort du lycée. Là, on se permettra une remarque. Sinon, on fait appel à leur bon sens. Il faut qu'elles aient une tenue adaptée à l'activité.»* À Saint-Paul, François Constantin privilégie le dialogue. Il y a un point sur lequel il est intransigeant, c'est le pantalon déchiré: *«C'est strictement interdit, insiste-t-il. Mais je ne vais pas me couvrir de ridicule en dissertant sur*

*la largeur d'une bretelle de débardeur.»*

Pour le reste, le chef d'établissement estime que ce n'est pas le règlement intérieur qui *«règle la problématique d'une tenue appropriée ou pas.»* Si la question se pose, il préfère amener la réflexion chez l'élève. Avec un peu d'humour et de décalage. *«En général, je lui demande si elle s'habillerait comme ça pour une cérémonie officielle ou des obsèques. Ce qui compte, ce n'est pas la tenue mais la posture. Même s'il est vrai que voir un nombril, ce n'est pas forcément nécessaire. Mais l'idée, ce n'est pas de braquer un ado. Ce serait contre-productif. Surtout qu'ils sont extrêmement attachés à leur tenue. Il croit dire quelque chose de sa liberté.»*

À Marguerite-de-Valois, une élève aurait été priée d'aller se rhabiller. *«Ce n'est pas remonté jusqu'à moi», assure Marc Perrier, le proviseur, qui attend de ses élèves une tenue décente. Et concède que sur le thermomètre de la décence, le degré de tolérance est variable selon les personnes: «Mais, on n'a pas de problème. Pour l'instant, on n'a jamais été obligés de sanctionner.»* À Confolens, Jean-Guillaume Desmoulin, proviseur du lycée Émile-Roux, est également dans le dialogue. *«On rappelle que l'on est dans le milieu éducatif, un lieu où l'on apprend à s'insérer dans la vie active et qu'il y a des tenues tolérées et d'autres non. On n'a pas besoin d'aller jusqu'à la menace de sanction»,* conclut le proviseur, qui a dû demander juste une fois à une interne d'aller se changer. C'était il y a deux ans. Et ça s'est fait dans la douceur.

À Cognac, Patrick Marcuzzi n'a pas pu retenir un rire. Le proviseur du lycée Jean-Monnet ne s'attendait pas à une telle question. S'il avoue avoir été parfois surpris par des couleurs de cheveux

originales, il n'a rien à redire sur les tenues. *«C'est vrai qu'en ce moment, ils n'arrivent pas en moufles et combinaison.»* La faute à l'été indien. *«Mais, honnêtement, en ce moment, ce n'est pas ma préoccupation première. Lorsque je salue les élèves, je regarde plutôt les visages et s'ils ont leur masque.»*

«Les CPE mènent un travail de fond sur le harcèlement à l'école. Des adultes peuvent penser qu'une tenue peut être à l'origine de harcèlement», suggère Philippe Morin, président de la FCPE du lycée. «S'habiller court n'est pas synonyme de provocation, ajoute Marie-Jo Laroze, présidente du Centre d'information sur les droits des femmes et des familles, habituée des interventions à Guez. Cela dit, on est dans le milieu scolaire, les lycéens ont des droits mais aussi des devoirs, des règles à respecter.»



## Documents sauvegardés

**Midi Libre**

© 2020 Midi Libre. Tous droits réservés. Le présent document est protégé par les lois et conventions internationales sur le droit d'auteur et son utilisation est régie par ces lois et conventions.



<b>Nom de la source</b>	Lundi 14 septembre 2020
Midi Libre	
<b>Type de source</b>	Midi Libre • 241 mots
Presse • Journaux	
<b>Périodicité</b>	
Quotidien	
<b>Couverture géographique</b>	
Régionale	
<b>Provenance</b>	
Montpellier, Occitanie, France	

**Rentrée collective et créative à George-Sand**

**H**umoristiques et poétiques. Les arbres de la maison pour tous George-Sand revêtent leur pimpant tricot d'automne, transfigurant le carrefour et invitant le public à réinvestir les lieux. Depuis un an, l'équipe d'animation a fédéré la patience et la créativité des membres du club de patchwork Country patch, animé par Anne, mais aussi celles d'autres volontaires ou adhérentes comme Asma qui, à elle seule, a confectionné 140 carrés de crochet. Jeudi dernier, une vingtaine de couturières ont cousu les centaines de carrés de tricot et de crochet en longues mosaïques. L'habillage des arbres a commencé mais l'oeuvre collective n'est pas achevée. Les nouveaux participants sont les bienvenus.

Plus de 14 nouvelles activités pour tous. En plus de son riche programme artistique, culturel et sportif habituel, la MPT propose 14 nouvelles activités à découvrir à partir de ce **lundi 14 septembre**: éveil musical de 3 à 6 ans, chorale et aussi tamburello sicilien pour les 8-11 ans, ateliers individuels de chant pour les adolescents, beatbox pour les 6-11 ans, initiation à l'espagnol pour les 6-11 ans, éveil aux 5 sens via l'espagnol pour les 4-8 mois! Les adultes sont invités à tester ateliers de chant, improvi-

sation musicale, chant diphonique mongol, qi gong, etc. Après cette semaine de découverte, les cours débiteront normalement à partir du 21 septembre. Correspondante ML:0648938946. Le tricot graffiti à l'honneur. Les couturières du club de patchwork et d'autres volontaires assemblent les carrés spécialement créés pour embellir les arbres.

## Documents sauvegardés

**Midi Libre**

© 2020 Midi Libre. Tous droits réservés. Le présent document est protégé par les lois et conventions internationales sur le droit d'auteur et son utilisation est régie par ces lois et conventions.



<b>Nom de la source</b>	Lundi 14 septembre 2020
Midi Libre	
<b>Type de source</b>	Midi Libre • 241 mots
Presse • Journaux	
<b>Périodicité</b>	
Quotidien	
<b>Couverture géographique</b>	
Régionale	
<b>Provenance</b>	
Montpellier, Occitanie, France	

**Rentrée collective et créative à George-Sand**

**H**umoristiques et poétiques. Les arbres de la maison pour tous George-Sand revêtent leur pimpant tricot d'automne, transfigurant le carrefour et invitant le public à réinvestir les lieux. Depuis un an, l'équipe d'animation a fédéré la patience et la créativité des membres du club de patchwork Country patch, animé par Anne, mais aussi celles d'autres volontaires ou adhérentes comme Asma qui, à elle seule, a confectionné 140 carrés de crochet. Jeudi dernier, une vingtaine de couturières ont cousu les centaines de carrés de tricot et de crochet en longues mosaïques. L'habillage des arbres a commencé mais l'oeuvre collective n'est pas achevée. Les nouveaux participants sont les bienvenus.

Plus de 14 nouvelles activités pour tous. En plus de son riche programme artistique, culturel et sportif habituel, la MPT propose 14 nouvelles activités à découvrir à partir de ce **lundi 14 septembre**: éveil musical de 3 à 6 ans, chorale et aussi tamburello sicilien pour les 8-11 ans, ateliers individuels de chant pour les adolescents, beatbox pour les 6-11 ans, initiation à l'espagnol pour les 6-11 ans, éveil aux 5 sens via l'espagnol pour les 4-8 mois! Les adultes sont invités à tester ateliers de chant, improvi-

sation musicale, chant diphonique mongol, qi gong, etc. Après cette semaine de découverte, les cours débiteront normalement à partir du 21 septembre. Correspondante ML:0648938946. Le tricot graffiti à l'honneur. Les couturières du club de patchwork et d'autres volontaires assemblent les carrés spécialement créés pour embellir les arbres.

## Documents sauvegardés

**Midi Libre**

© 2020 Midi Libre. Tous droits réservés. Le présent document est protégé par les lois et conventions internationales sur le droit d'auteur et son utilisation est régie par ces lois et conventions.

**Nom de la source**

Midi Libre

Samedi 12 septembre 2020

**Type de source**

Presse • Journaux

Midi Libre • 234 mots

**Périodicité**

Quotidien

**Couverture géographique**

Régionale

**Provenance**

Montpellier, Occitanie, France

## Les coureurs de Cap Bombonera sur les sentiers

Le club Saint-Gervasy de course à pied Cap Bombonera a officiellement repris ses entraînements. Pour cette première séance de la saison, plus de vingt coureurs se sont retrouvés au stade pour une bonne séance de préparation physique. Il s'agissait de remuscler le corps pour le préparer aux futurs entraînements plus intenses. Cette année, le rendez-vous du vendredi sera remplacé par une séance spécifique le jeudi, à 19h, en plus de celui du mardi 18h30. Les sorties nature auront toujours lieu le mercredi à 18h30 et le dimanche à 10h. Le contexte sanitaire oblige les dirigeants à prendre quelques mesures (prise de température, utilisation de gel hydroalcoolique...) et remet en question l'organisation de la fameuse course des Trois Collines, le 3 janvier. Mais les membres du bureau restent optimistes et espèrent que la situation s'améliorera au fil des mois et que leur événement puisse avoir lieu. Correspondant Midi Libre: 0782326352 La reprise des cours de gymnastique aura lieu **lundi 4 septembre**, au foyer socio-culturel Henri-Gravier. L'entrée s'effectue par la porte côté nord-ouest de la commune. Des cours collectifs adultes sont assurés par des animatrices diplômées (ados fessiers, cardio vasculaire et musculaire, fitness, stretching).

Deux cours d'essai offerts sont proposés.

Les horaires des cours: lundi 18 h 20 à 19h20 et jeudi 8 h 20 à 19h20. Contact: 0670324970 ou la secrétaire au 0645854182. Les entraînements ont repris chez les amateurs de courses pédestres.

## Documents sauvegardés



© 2020 Paris-Normandie. Tous droits réservés.  
Le présent document est protégé par les lois et conventions internationales sur le droit d'auteur et son utilisation est régie par ces lois et conventions.



Nom de la source

Paris-Normandie

Mardi 15 septembre 2020

p.  
hapl\_25

Type de source

Presse • Journaux

Paris-Normandie • p.  
HAPL\_25 • 508 mots

Périodicité

Quotidien

Couverture géographique

Régionale

Provenance

Rouen, Normandie, France

## Tenue correcte au placard

Mouvement. Relayé par les réseaux sociaux, l'appel à venir habillées comme elles le souhaitent a été suivi hier dans toute la France par des collégiennes et lycéennes qui dénoncent des règlements sexistes.

**A** la sortie du lycée Montaigne à Paris, Esther, élève en Première, porte un jean et un « crop top » (T-shirt court) blanc : « Je n'en mets pas d'habitude mais aujourd'hui je me suis dit qu'il fallait que je le fasse ».

La semaine dernière, avec les températures en hausse, les tenues se sont allégées. Sur les réseaux sociaux, des histoires d'établissements refusant l'entrée à des jeunes filles en raison de vêtements jugés provocants se sont multipliées. De là sont apparus plusieurs hashtags (#lundil4septembre et #liberationdu14) pour inciter collégiennes et lycéennes à venir hier lundi en cours habillées comme elles le souhaitent, avec un décolleté, le nombril apparent... « La semaine dernière, j'ai été convoquée chez le proviseur parce qu'on voyait mon soutien-gorge. Il m'a dit : "On n'est pas à la plage ici" », raconte Judith, en première au lycée Condorcet à Paris. « Je lui ai répondu qu'il n'avait pas à regarder mon décolleté. Du coup mes parents vont être convoqués... », déplore la jeune fille.

Dans l'Éducation nationale, le contrôle

des tenues vestimentaires relève des règlements intérieurs de chaque établissement. « C'est toujours un sujet délicat », reconnaît **Florence Delannoy**, proviseure syndiquée à Lille. « La plupart des règlements se contentent d'un classique tenue correcte exigée, ça ouvre la voie à diverses interprétations. » L'Union nationale des lycéens (UNL), qui soutient la mobilisation, pointe le « flou juridique » entourant ces règlements.

« C'est au regard des hommes » de changer

Plusieurs lycéennes interrogées s'offusquent en particulier d'un argument utilisé pour leur imposer de se couvrir : des tenues trop légères pourraient perturber le bon déroulement des cours. « En seconde, je portais un gilet à trous, une conseillère d'éducation m'a dit que ça n'était pas approprié au lycée et que je pouvais "déconcentrer les profs et les garçons !" », rapporte Élixa, du lycée Condorcet. Lundi sur Twitter, Jasmine, en Terminale à Sens (Yonne), a posté une vidéo de sa tenue laissant voir son nombril, accompagnée des mots « prête à faire trembler l'administration ». « On en a marre que ce soit à nous de nous

Un décolleté, une mini-jupe ou le nombril apparent : hier les jeunes filles étaient appelées à s'habiller comme elles voulaient pour dénoncer les règlements adoptés dans certains établissements scolaires.

changer, de nous couvrir », soupire-t-elle. « C'est au regard des hommes de changer, ce n'est pas à nous de nous adapter. » « Il y a toujours cette idée que la tenue des femmes peut provoquer des agressions », déplore **Caroline De Haas**, du collectif féministe « Nous toutes », qui soutient le mouvement.

Cette mobilisation fait écho à un incident survenu mercredi dernier au musée d'Orsay : celui-ci a dû présenter ses excuses le lendemain à une jeune femme à laquelle on avait refusé l'entrée à cause de son décolleté. Interrogé lundi en marge d'un déplacement, le ministre de l'Éducation **Jean-Michel Blanquer** a prôné « une position d'équilibre et de bon sens ». « Il suffit de s'habiller normalement et tout ira bien », a-t-il balayé.



## Documents sauvegardés

**Midi Libre**

© 2020 Midi Libre. Tous droits réservés. Le présent document est protégé par les lois et conventions internationales sur le droit d'auteur et son utilisation est régie par ces lois et conventions.



<b>Nom de la source</b>	Mardi 15 septembre 2020
Midi Libre	
<b>Type de source</b>	Midi Libre • 206 mots
Presse • Journaux	
<b>Périodicité</b>	
Quotidien	
<b>Couverture géographique</b>	
Régionale	
<b>Provenance</b>	
Montpellier, Occitanie, France	

## Rentrée attendue pour l'association Rentrée attendue pour l'association-mouvant-mouvant

**L**a fin de l'année 2019-2020 a marqué l'histoire de l'école de danse-mouvant. En effet, à la suite de l'arrêt brutal, en mars dernier, des enseignements, la poursuite des cours de danse en distanciel n'a pas été chose aisée et enseignants et adhérents sont restés à regret sur une année inachevée. Christelle Evesque, Najda Bjaoui, Anthony Georges et Nathalie Hénot ont repris, avec grand plaisir, depuis **lundi 14 septembre**, les cours de classique, modern jazz, danse orientale, jazz funk hip-hop ou encore Pilates et yoga. Ces intervenants, tous diplômés d'état, artistes et chorégraphes, prodiguent des cours dynamiques et originaux qui se terminent chaque fin d'année par un gala très attendu du public. Le gala 2020 a bien évidemment été annulé mais, professeurs et adhérents ont hâte de le mettre enfin en scène et de fêter avec un an de retard le 10<sup>e</sup> anniversaire de l'association. Cette année encore-mouvant proposera une fois par mois des ateliers parents-enfants. La semaine d'essai des différents cours se déroule jusqu'au 21 septembre. Afin, d'accueillir les adhérents dans le respect des gestes barrières, l'association a pris soin de mettre en place une série de

mesures sanitaires et un sens de circulation dans les salles de danse. association de danse é-mouvant

## Documents sauvegardés



© 2020 Ouest-France. Tous droits réservés. Le présent document est protégé par les lois et conventions internationales sur le droit d'auteur et son utilisation est régie par ces lois et conventions.

**PubliC** Certificat émis le 23 janvier 2023 à Université-Franche-Comté à des fins de visualisation personnelle et temporaire.  
news 202009 15 OF e92b6ec8-46a8-11ea-badb-02783799a09c

Nom de la source

Ouest-France

Mardi 15 septembre 2020

Type de source

Presse • Journaux

Ouest-France • p. Dinan\_3 • 750 mots

Périodicité

Quotidien

Couverture géographique

Régionale

Provenance

Rennes, Bretagne, France

## [Mobilisation contre une tenue correcte...]

**M**obilisation contre une tenue correcte au lycée

Des lycéennes et collégiennes se sont mobilisées, hier, contre la tenue correcte exigée par la plupart des règlements des établissements, qu'elles estiment sexistes. Répondant à un appel lancé sur les réseaux sociaux (via les hashtags #lundi14septembre ou #liberationdu14), elles sont venues en mini-jupe, décolleté ou « crop top », un tee-shirt court qui laisse apparaître le nombril. La plupart des règlements se contentent d'un classique tenue correcte

exigée, ça ouvre la voie à diverses interprétations », reconnaît Florence Delannoy, proviseure syndiquée à Lille. La semaine dernière, plusieurs histoires d'établissements refusant l'entrée à des jeunes filles en raison de vêtements jugés provocants ont circulé sur les réseaux sociaux.

Un nouvel adjoint d'Hidalgo démissionne

Après Christophe Girard, l'adjoint de la maire de Paris, Anne Hidalgo, Pierre Aidenbaum, 78 ans, a quitté, à son tour, ses fonctions hier, après des accusations de harcèlement sexuel. Maire PS du 3<sup>e</sup> arrondissement de Paris pendant vingt-

cinq ans, puis, depuis juillet, adjoint chargé de la Seine, il a fait l'objet d'accusations de harcèlement sexuel de la part d'une proche collaboratrice. La mairie de Paris a annoncé avoir immédiatement signalé ces faits au parquet de Paris qui, dans la foulée, a confirmé l'ouverture d'une enquête pour agression sexuelle.

Une majorité de Français pour la peine de mort

C'est un record : 55 % de Français, +11 points sur 2019, affirment ainsi qu'il faudrait rétablir la peine de mort, selon une étude Ipsos/Sopra Steria publiée hier pour *Le Monde*, la Fondation Jean-Jaurès et l'Institut Montaigne. Mais le sujet reste très clivant politiquement. Seuls les sympathisants du Rassemblement national (85 %) et Les Républicains (71 %) adhèrent majoritairement à cette idée, approuvée par une minorité (39 %) dans les autres partis. Sondage réalisé auprès de 1 030 personnes.

À Bordeaux et Marseille, pas plus de dix personnes rassemblées dans un parc

Pas plus de dix personnes rassemblées dans un parc ou sur les plages. Pas plus de 1 000 personnes pour les événements publics... Bordeaux et Marseille sont

Philippe Lopez, AFP

À Bordeaux, devant la dégradation de la crise sanitaire, la préfète a pris des mesures restrictives.

soumises à des mesures restrictives pour enrayer la progression du Covid-19. Les Journées du Patrimoine sont annulées, comme les fêtes étudiantes, fêtes foraines, brocantes. Les sorties scolaires sont suspendues et il est désormais interdit de consommer debout dans les bars... La population des 15-35 ans n'a pas bien pris conscience des choses, a estimé la préfète de Gironde, Fabienne Buccio. À Rennes, les bars seront désormais fermés à 23 h.

6 158 nouveaux cas de Covid confirmés

Selon Santé publique France, 6 158 personnes ont été testées positives au Covid-19 au cours des dernières 24 heures. Le taux de positivité des tests est de 5,3 %. 852 clusters sont en cours d'investigation, 39 de plus en 24 heures. Et 34 nouveaux décès ont été enregistrés.

À Strasbourg, le port du masque généralisé retoqué

Le tribunal administratif de Strasbourg a retoqué, hier, l'arrêté préfectoral im-

**Documents sauvegardés**

posant le port du masque généralisé dans la capitale alsacienne, une semaine après son entrée en vigueur. La justice administrative enjoint la préfète du Bas-Rhin, Josiane Chevalier, d'identifier les quartiers strasbourgeois qui ne sont pas caractérisés par une grande densité ou une forte fréquentation. Un arrêté similaire concernant les communes de plus de 10 000 habitants avait déjà été annulé.

Veau mutilé : « Les agriculteurs sont à cran »

Christiane Lambert, présidente du syndicat agricole FNSEA, peine à masquer sa colère après la découverte, vendredi, d'un veau tué et mutilé dans une commune du Maine-et-Loire. C'est le premier cas dans les Pays de la Loire et le deuxième en France. La présidente de la FNSEA envisage de se porter partie civile si une plainte est déposée. Les agriculteurs sont à cran, témoigne la responsable syndicale qui fait état de nombreuses remontées du terrain. « **Les agriculteurs s'organisent. Mais il ne faudrait pas que ça dégénère.** » Elle appelle la profession à « **rester calme** ».

Le journaliste François Debré est décédé

Le journaliste et ancien grand reporter François Debré, l'un des quatre fils de l'ancien Premier ministre Michel Debré, est décédé à l'âge de 78 ans, chez lui, à Montlouis-sur-Loire, près de Tours, dans la nuit de dimanche à lundi, a annoncé hier sa fille, l'écrivaine Constance Debré. Un décès intervenu quelques heures seulement après celui de son frère, Bernard, urologue, ancien ministre et ex-député, mort à 75 ans des suites d'un cancer.

## Documents sauvegardés



© 2020 Le Journal de Saône et Loire. Tous droits réservés. Le présent document est protégé par les lois et conventions internationales sur le droit d'auteur et son utilisation est régie par ces lois et conventions.

**PubliC** Certificat émis le 23 janvier 2023 à Université-Franche-Comté à des fins de visualisation personnelle et temporaire.  
news-20200915-SA-413528621002

**Nom de la source**

Le Journal de Saône et Loire

**Type de source**

Presse • Journaux

**Périodicité**

Quotidien

**Couverture géographique**

Régionale

**Provenance**Chalon-sur-Saône,  
Bourgogne-Franche-Comté,  
France

Mardi 15 septembre 2020

Le Journal de Saône et Loire  
• p. Montceau-les-Mines-  
région 14 • 103 motsp.  
montceau-  
les-  
mines-  
région 14

## Repère

**#1** 4 septembre. Relayé sur les réseaux sociaux Instagram, Twitter ou TikTok et soutenu par le collectif #NousToutes, ce hashtag a incité les jeunes filles à venir vêtues court dans leur collège ou lycée ce lundi. Le but : dénoncer les discriminations ou le sexisme dans l'enceinte des bâtiments scolaires. Un mouvement soutenu par la ministre à la citoyenneté Marlène Schiappa sur Twitter : « Aujourd'hui **#lundi14septembre**

, des jeunes filles ont décidé spontanément partout en France de porter jupes décolletés crop top ou maquillage pour affirmer leur liberté face aux jugements et actes sexistes. En tant que mère, je les soutiens avec sororité et admiration. »

## Documents sauvegardés

**LE BIEN PUBLIC**

© 2020 Le Bien Public. Tous droits réservés. Le présent document est protégé par les lois et conventions internationales sur le droit d'auteur et son utilisation est régie par ces lois et conventions.

**PubliC** Certificat émis le 23 janvier 2023 à Université-Franche-Comté à des fins de visualisation personnelle et temporaire.  
news-20200915-BP-413531837780

**Nom de la source**

Le Bien Public

Mardi 15 septembre 2020

p.  
00-ig24**Type de source**

Presse • Journaux

Le Bien Public • p. 00-IG24 •  
365 mots**Périodicité**

Quotidien

**Couverture géographique**

Régionale

**Provenance**

Dijon, Bourgogne-Franche-Comté, France

## Des lycéennes réclament de s'habiller librement

**E**n minijupe, décolleté ou nœud apparent : répondant à un appel sur les réseaux sociaux, des lycéennes et collégiennes ont défié lundi la « tenue correcte » exigée par la plupart des règlements des établissements, qu'elles estiment sexistes. À la sortie du lycée Montaigne à Paris, Esther, élève en Première, porte un jean et un « crop top » (T-shirt court) blanc : « Je n'en mets pas d'habitude mais aujourd'hui je me suis dit qu'il fallait que je le fasse ».

**« Il n'a pas à regarder****mon décolleté »**

La semaine dernière, avec les températures en hausse, les tenues se sont allégées. Sur les réseaux sociaux, des histoires d'établissements refusant l'entrée à des jeunes filles en raison de vêtements jugés provocants se sont multipliées. De là sont apparus plusieurs mots-dièses (#lundi14septembre et #liberationdu14) pour inciter collégiennes et lycéennes à venir lundi en cours habillées comme elles le souhaitent.

**Ne pas « déconcentrer****les garçons »**

« La semaine dernière, j'ai été convoquée chez le proviseur parce qu'on voyait mon soutien-gorge. Il m'a dit : "On n'est pas à la plage ici" », raconte Judith, en première au lycée Condorcet à Paris. « Je lui ai répondu qu'il n'avait pas à regarder mon décolleté. Du coup mes parents vont être convoqués... ».

Les lycéennes s'offusquent en particulier d'un argument utilisé pour leur imposer de se couvrir : des tenues trop légères pourraient perturber le bon déroulement des cours. « En seconde, je portais un gilet à trous, une conseillère d'éducation m'a dit que ça n'était pas approprié au lycée et que je pouvais « déconcentrer les profs et les garçons » ! », rapporte Élixa, du lycée Condorcet.

« C'est au regard des hommes de changer, ce n'est pas à nous de nous adapter », explique Jasmine, en Terminale à Sens (Yonne).

Interrogé lundi en marge d'un déplacement, le ministre de l'Éducation Jean-Michel Blanquer a prôné « une position d'équilibre et de bon sens ». « Il suffit de s'habiller normalement et tout ira bien », a-t-il balayé.

Des témoignages de jeunes filles interdites d'accès à leur lycée en raison de leur tenue se sont multipliés. Photo d'illustration Pixabay



## Documents sauvegardés



© 2020 AFP. Tous droits réservés. Le présent document est protégé par les lois et conventions internationales sur le droit d'auteur et son utilisation est régie par ces lois et conventions.



## Nom de la source

AFP Infos Françaises

Lundi 14 septembre 2020

## Type de source

Presse • Fils de presse

AFP Infos Françaises • 646 mots

## Périodicité

En continu

## Couverture géographique

Internationale

## Provenance

France

## "Tenue correcte" exigée: des lycéennes revendiquent de s'habiller comme elles veulent

Paris, 14 sept 2020 (AFP) - - En mini jupe, décolleté ou nombril apparent: répondant à un appel sur les réseaux sociaux, des lycéennes et collégiennes ont défié lundi la "tenue correcte" exigée par la plupart des règlements des établissements, qu'elles estiment sexistes.

À la sortie du lycée Montaigne à Paris, Esther, élève en Première, porte un jean et un "crop top" (T-shirt court) blanc: "Je n'en mets pas d'habitude mais aujourd'hui je me suis dit qu'il fallait que je le fasse".

La semaine dernière, avec les températures en hausse, les tenues se sont allégées. Sur les réseaux sociaux, des histoires d'établissements refusant l'entrée à des jeunes filles en raison de vêtements jugés provocants se sont multipliées. De là sont apparus plusieurs mots-dièses (#lundi14septembre et #liberationdu14) pour inciter collégiennes et lycéennes à venir lundi en cours habillées comme elles le souhaitent.

"Beaucoup de filles ont été collées la semaine dernière parce qu'elles portaient des crop tops. La chanteuse Angèle (engagée sur les sujets féministes, ndlr) a

soutenu le mouvement sur les réseaux sociaux, il y a eu une grosse mobilisation", explique Ève, en Première au lycée Turgot à Paris.

"La semaine dernière, j'ai été convoquée chez le proviseur parce qu'on voyait mon soutien-gorge. Il m'a dit: +On n'est pas à la plage ici+", raconte Judith, en première au lycée Condorcet à Paris. "Je lui ai répondu qu'il n'avait pas à regarder mon décolleté. Du coup mes parents vont être convoqués...", déplore la jeune fille, au haut rouge vif échantonné et au nombril apparent.

Selon elle, le règlement de son lycée qui impose une "tenue décente" est en fait interprété de manière "très floue".

Dans l'Éducation nationale, le contrôle des tenues vestimentaires relève des règlements intérieurs de chaque établissement. "C'est toujours un sujet délicat", reconnaît Florence Delannoy, proviseure syndiquée à Lille. "La plupart des règlements se contentent d'un classique +tenue correcte+ exigée, ça ouvre la voie à diverses interprétations".

- "Flou juridique" -

L'Union nationale des lycéens (UNL),

qui soutient la mobilisation, pointe le "flou juridique" entourant ces règlements: "les jugements qui sont faits rejoignent souvent des stéréotypes sexistes", affirme Mathieu Devlaminck, son président.

Plusieurs lycéennes interrogées par l'AFP s'offusquent en particulier d'un argument utilisé pour leur imposer de se couvrir: des tenues trop légères pourraient perturber le bon déroulement des cours.

"En seconde, je portais un gilet à trous, une conseillère d'éducation m'a dit que ça n'était pas approprié au lycée et que je pouvais +déconcentrer les profs et les garçons+", rapporte Élixa, du lycée Condorcet.

Lundi sur Twitter, Jasmine, en Terminale à Sens (Yonne), a posté une vidéo de sa tenue laissant voir son nombril, accompagnée des mots "prête à faire trembler l'administration". "On en a marre que ce soit à nous de nous changer, de nous couvrir", soupire-t-elle. "C'est au regard des hommes de changer, ce n'est pas à nous de nous adapter. Ce mouvement, c'est une forme de rébellion face au règlement imposé par le patriarcat", explique-t-elle à l'AFP.

**Documents sauvegardés**

"Il y a toujours cette idée que la tenue des femmes peut provoquer des agressions", déplore Caroline De Haas, du collectif féministe "Nous toutes", qui soutient le mouvement. "Quand on leur demande d'en changer, on les culpabilise".

Cette mobilisation fait écho à un incident survenu mercredi dernier au musée d'Orsay: celui-ci a dû présenter ses excuses le lendemain à une jeune femme à laquelle on avait refusé l'entrée à cause de son décolleté.

Interrogé lundi en marge d'un déplacement, le ministre de l'Éducation Jean-Michel Blanquer a prôné "une position d'équilibre et de bon sens". "Il suffit de s'habiller normalement et tout ira bien", a-t-il balayé.

Une solution pour régler la question pourrait être d'associer les représentants des élèves à la rédaction des règlements intérieurs, fait valoir Philippe Vincent, secrétaire général du principal syndicat des chefs d'établissement (SNPDEN). Afin de parvenir à des "formulations qui font véritablement consensus".

riw-ito-lp/pga/ide

## Documents sauvegardés



© 2020 Sud Ouest (site web). Tous droits réservés.  
Le présent document est protégé par les lois et conventions internationales sur le droit d'auteur et son utilisation est régie par ces lois et conventions.

**Nom de la source**

Sud Ouest (site web)

Samedi 19 septembre 2020

**Type de source**

Presse • Presse Web

Sud Ouest (site web) • 302 mots

**Périodicité**

En continu

**Couverture géographique**

Régionale

**Provenance**

Bordeaux, Nouvelle-Aquitaine, France

## "Tenues correctes" au lycée : pour Emmanuel Macron le "bon sens" prime

Par SudOuest.fr

"Le bon sens vaut mieux qu'un long règlement en la matière" a expliqué Emmanuel Macron pour répondre à la polémique des "tenues correctes exigées" au lycée

Emmanuel Macron est revenu sur la polémique des "tenues correctes exigées" au lycée et sur le mouvement #Lundi14Septembre lancé par des militantes féministes qui a émergé sur les réseaux sociaux appelant les lycéennes à s'habiller comme elles le souhaitent pour dénoncer les règlements intérieurs des établissements qu'elles jugent sexistes.

"On ne sait jamais où ça s'arrête"

Interpellé par un jeune à Condom (Gers) dans le cadre des visites du Patrimoine, le Président a déclaré que "le bon sens" valait "mieux qu'un long règlement en la matière". "Je comprends le sentiment" que crée la polémique.

"Il y a une liberté vestimentaire" mais c'est "une bonne chose qu'on essaie de garder quelques codes au collège, au lycée. Parce qu'après on ne sait jamais où

ça s'arrête" a expliqué Emmanuel Macron.

La rédaction vous conseille Enlèvement à Royan : le portrait-robot établi grâce aux témoignages des deux victimes Le Phare de Cordouan attend son inscription à l'Unesco : "Nous sommes prêts"

Le président rejoint ainsi la position du ministre de l'Éducation nationale Jean-Michel Blanquer. Lundi ce dernier avait prôné "une position d'équilibre et de bon sens". "Il suffit de s'habiller normalement et tout ira bien", avait-il balayé.

"On est tous passés par là et je n'ai pas le sentiment que cela nous ait enlevé quelque liberté. Je trouve que, tous, on devrait garder un peu de bon sens et ne pas créer chaque semaine des polémiques"

De son côté, l'Union nationale des lycéens (UNL) qui soutient la mobilisation, pointe le "flou juridique" entourant ces règlements : "les jugements qui sont faits rejoignent souvent des stéréotypes sexistes", affirme Mathieu Devlaminck, son président.

**Cet article est paru dans Sud Ouest**

(site web)

<https://www.sudouest.fr/2020/09/19/tenues-correctes-au-lycee-pour-emmanuel-macron-le-bon-sens-prime-7864719-10407.php>