CY Cergy Paris Université

École doctorale Education, Didactique et Cognition – n°627

Laboratoire Ecole, Mutations et Apprentissages (EMA) – EA 4507

Le travail de l'apparence des garçons sur les réseaux sociaux d'images. Un analyseur des rapports de genre et de sexualité

Par Célia CYRILLE

Thèse de doctorat en sciences de l'éducation et de la formation
(Label international CY)

Dirigée par Gilles Monceau

Présentée et soutenue publiquement le 18 décembre 2024

Devant un jury composé de :

Sigolène COUCHOT-SCHIEX, Professeure des universités en sciences de l'éducation et de la formation, CY Cergy Paris Université, Présidente

Maria do mar PEREIRA, Professeure en sociologie, Université de Warwick, Rapporteure

Cédric FLUCKIGER, Professeur des universités en sciences de l'éducation et de la formation, Université de Lille, Rapporteur

Claire BALLEYS, Professeure associée en sociologie, Université de Genève, Examinatrice

Gilles MONCEAU, Professeur des universités en sciences de l'éducation et de la formation, CY Cergy Paris Université, Directeur de thèse

Titre : Le travail de l’apparence des garçons sur les réseaux sociaux d’images. Un analyseur des rapports de genre et de sexualité

Résumé : Cette recherche explore le travail de l’apparence masculin juvénile sur les réseaux sociaux d’images par un dispositif collaboratif auquel ont participé vingt-six garçons de quinze à vingt ans. L’ethnographie féministe et la socio-clinique institutionnelle en constituent les deux approches méthodologiques. Par une démarche (n)ethnographique incluant une immersion en ligne et des entretiens compréhensifs individuels et collectifs menés en présentiel ou à distance, la recherche interroge les pratiques socionumériques allant de la capture à l'édition et au partage d'images de soi. Le recours à des entremetteuses et des participants-entremetteurs, l’usage de la *photo elicitation* et le partage de récits de soi ont complété la fabrique du dispositif méthodologique. Les participants montrent que le travail de l'apparence varie selon le réseau social, les affordances des plateformes et les destinataires identifiés parmi leur groupe de pairs. La grammaire de l’image décrite par les participants sur Snapchat et Instagram, les deux réseaux sociaux d’images qu’ils utilisent le plus, s’imbrique dans la technicité dont ils font preuve pour produire et lire les images. Snapchat est perçu comme une caméra sociale, encourageant la capture d'images instantanées, humoristiques et éphémères, principalement partagées avec des liens forts. Instagram est identifié comme une vitrine qui expose des images esthétiques de soi sous divers formats, à un cercle de sociabilité plus large, composé majoritairement de liens faibles. Les garçons tendent à adopter une posture de spectateurs vis-à-vis des images partagées, notamment celles des filles, qui, selon eux, reproduisent les attentes esthétiques dans la manière de disposer de leur corps. L'institutionnalisation rapide des réseaux sociaux d'images semble ainsi contribuer au maintien de la domination instituée, en particulier en ce qui concerne les rapports de genre et de sexualité.

Mots-clés : genre, réseaux sociaux d’images, travail de l’apparence, jeunes, masculinités

Title: Young boys' appearance-work on image-based social media. An analyser of gender and sexuality

Abstract: This research investigates boys' masculine appearance-work on image-based social media through a collaborative project involving twenty-six participants aged fifteen to twenty. Feminist ethnography and institutional socio-clinic form the two methodological approaches of this study. Using a (net)ethnographic method involving online immersion and in-depth individual and group interviews conducted in person or remotely, the research examines practices ranging from capturing to editing and sharing self-images. The research design incorporates the use of gatekeepers, photo elicitation, and the sharing of self-narratives. Participants revealed differences in their approach to appearance-work based on the social media platform, the affordances of each, and the recipients identified. The image grammar described by the participants on Snapchat and Instagram, the two image-based social media they use most, is interwoven with the technical skills they demonstrate in producing and interpreting images. Snapchat is perceived as a social camera that fosters the capturing of instant, humorous, and ephemeral images, primarily shared with strong ties. Instagram is described as a showcase for aesthetic self-images, shared in various formats with a broader circle of sociability, primarily composed of weak ties. Boys tend to adopt a spectator posture toward the images they share, particularly those of girls, who, in their view, reproduce aesthetic expectations in the way they present their bodies. The rapid institutionalisation of image-based social media appears to reinforce established forms of domination, particularly regarding gender and sexuality.

Keywords: gender, image-based social media, appearance-work, young boys, masculinities

Remerciements

J'aimerais exprimer toute ma reconnaissance envers toutes les personnes qui ont participé de près ou de loin à la réalisation de cette recherche et à la consolidation de mon projet professionnel dans le milieu universitaire.

J'aimerais tout d'abord remercier mon directeur de thèse Gilles Monceau qui m'a accompagné dans la définition, l'approfondissement et la finalisation de mon travail doctoral. Merci, Gilles, pour ta confiance, ta bienveillance et ton soutien tout au long de cette thèse. Nos échanges ont toujours nourri mon appétence intellectuelle, me poussant peu à peu à sortir de ma zone de confort et à me situer d'un point de vue épistémologique, méthodologique et théorique. Merci aussi de m'avoir transmis les ficelles du métier d'enseignant-chercheur à l'Université.

Merci pour toutes les rencontres que j'ai pu faire grâce à toi. Des femmes inspirantes, comme Audrey Boulin et Marguerite Soulière qui ont accepté de constituer mon comité de suivi de thèse et se sont toujours montrées d'une grande écoute et de bon conseil. Comme Guadalupe Calvo García, Maria-José García Oramas, Simone Santana da Silva et Rachel Colombe, qui ont élargi mes réflexions autour du genre en études féministes décoloniales, postcoloniales, noires et africaines, ainsi qu'en études Queer. Comme Julitte Huez, avec qui j'ai toujours des échanges passionnés concernant les rapports de genre. Et encore bien d'autres femmes rencontrées dans le cadre du réseau Recherche Avec.

J'ai beaucoup appris à tes côtés durant ces six années passées sous ta direction et j'espère que notre collaboration se poursuivra.

J'aimerais également faire part de ma gratitude à l'ensemble des membres de mon jury pour la lecture et l'évaluation de mes travaux. Je remercie Sigolène Couchot-Schiex de m'avoir fait l'honneur d'en être présidente, Maria do Mar Pereira et Cédric Fluckiger d'avoir accepté d'être rapporteure et rapporteur et Claire Balleys d'être examinatrice. J'ajoute un remerciement supplémentaire à Maria do Mar Pereira de m'avoir donné l'opportunité d'effectuer deux mobilités doctorales à l'Université de Warwick, partenaire de CY Cergy Paris Université dans le cadre du réseau EUTOPIA. Ces mobilités ont ouvert de nouvelles perspectives pour mes réflexions méthodologiques et l'analyse de mes données. Par la connaissance de l'histoire, de la trajectoire et de l'appropriation différentes du concept de genre auxquels j'ai été confronté au sein de cet autre espace d'apprentissage universitaire, j'ai été amenée à reconsidérer des allants de soi que je ne percevais pas auparavant.

Un très grand merci à l'ensemble des participants et des entremetteuses de mon enquête pour leur intérêt pour mon questionnement, que nous avons pu partager ensemble à plusieurs reprises pour certaines et certains, et le temps qu'elles et ils m'ont accordé.

Mon parcours de doctorat a été marqué par plusieurs expériences internationales. J'y ai découvert de nouveaux espaces académiques (école d'été, conférences, séminaires, ateliers), impliquant l'usage d'une autre langue, la familiarisation à un autre contexte universitaire, la création et la fréquentation de nouveaux réseaux d'échanges, l'appropriation de nouveaux codes relationnels, qui ont profondément enrichi mon parcours professionnel mais aussi personnel. Merci à l'école doctorale Education Didactiques Cognition (EDC) de CY Cergy Paris Université d'avoir soutenu mon projet de recherche et donner les moyens financiers pour le mener à bien. Merci à la direction coopération internationale (DCI) pour la reconnaissance de ces expériences par l'attribution du Label international de l'Université.

Je voudrais ensuite remercier le laboratoire EMA (École, Mutations, Apprentissages) - EA 4507 et ses membres pour l'accueil et les conditions scientifiques et matérielles dont j'ai pu bénéficier. Merci pour votre confiance durant mon mandat de représentante des doctorantes et doctorants. Merci aux doctorantes, doctorants, enseignantes-chercheuses et enseignants-chercheurs avec qui j'ai eu la chance de collaborer à des projets, de partager et stimuler mes réflexions. J'ai une pensée spéciale pour Virginie Tellier, Lucile Cadet, Tatiana Taous, Maïté Juan, Dominique Samson, Pascal Clerc, Guilhem Labinal, Claire de Saint-Martin, Sonia Castagnet-Caignec, Nathalie Oria et Muriel Epstein. Un immense merci à Myriam Chirbi pour ton accompagnement sur le plan administratif.

Je voudrais remercier particulièrement le groupe de recherche ApprEs (Apprentissages et espaces) du laboratoire EMA. Merci pour votre confiance, pour nos échanges et pour m'avoir m'embarquer dans votre espace de réflexion.

Je pense affectueusement à Sofia Hachemi et Marie-Laure Elalouf. C'est grâce à vous que cette aventure dans la recherche académique a commencé. Je vous en suis éternellement reconnaissante.

A mes fidèles amies Aurore, Caroline, Lili, Lorenzza, Logane et Lucile. A ma mère et à mon frère, mes piliers. Les mots me manquent pour vous exprimer toute ma gratitude. Votre soutien inconditionnel m'est précieux.

Sommaire

Remerciements 3

Introduction générale 9

PREMIERE PARTIE - PROBLEMATISATION 16

Introduction de la première partie 16

Chapitre 1 - L'enquête exploratoire et ses trois principaux résultats 17

1.1 L'entre-soi masculin : étape dans le processus de présentation de soi en ligne 17

1.2 Des usages différenciés selon le réseau social 18

1.3 Le regard sur le travail de l'apparence des filles sur les réseaux sociaux 19

Chapitre 2 - Choix conceptuels 21

2.1 Le travail (du corps) dans les études féministes 21

2.2 Le travail de l'apparence 25

2.3 Le travail de l'apparence des jeunes garçons sur les réseaux sociaux d'images 30

Chapitre 3 - Des recherches sur les pratiques socionumériques juvéniles 32

3.1 L'émergence du Web 2.0 : la création de contenu visuel 32

3.2 Histoire et singularité d'Instagram 39

3.3 Histoire et singularité de Snapchat 44

3.4 Histoire et singularité de TikTok 50

3.5 Les relations de séduction par l'image 55

Conclusion de la première partie 65

DEUXIEME PARTIE - DEMARCHE 67

Introduction de la deuxième partie 67

Chapitre 1 - Apports de l'approche ethnographique féministe 67

1.1 L'ethnographie 67

1.2 L'ethnographie féministe 70

1.3 Une démarche (n)ethnographique des masculinités 72

Glossaire des termes utilisés dans le travail de l'apparence sur les réseaux sociaux d'images 74

Chapitre 2 - Apports de l'approche socio-clinique institutionnelle (SCI) 77

2.1 L'analyse institutionnelle (AI) 77

2.2 Pour une approche réflexive de l'écriture : l'Effet Goody 81

2.3 Pour une analyse des implications de genre 84

Chapitre 3 - Le dispositif méthodologique 87

3.1 Première phase : L'enquête exploratoire 87

3.2 Seconde phase : Les entretiens individuels 89

3.2.1 Présentation de la population d'enquête 89

3.2.2 Les techniques d'enquête utilisées 98

3.2.2.1 L'usage de la photo elicitation et le partage de récits de soi 98

3.2.2.2 La mobilisation des mêmes participants lors des deux phases d'entretiens 101

3.2.2.3 Le recours à des gatekeepers 103

3.2.2.4 Un entretien collectif avec trois entremetteuses 104

3.3 Troisième phase : Les entretiens collectifs 117

3.3.1 Déroulement de l'entretien collectif 1 123

3.3.2 Déroulement de l'entretien collectif 2 125

3.3.3 Déroulement de l'entretien collectif 3 127

3.3.3 Déroulement de l'entretien collectif 4 129

3.4 Méthode d'analyse des entretiens 131

Conclusion de la deuxième partie 133

TROISIEME PARTIE - ANALYSES 135

Introduction de la troisième partie 135

Chapitre 1 - Un travail de l'apparence qui requière une technicité 136

1.1 La maitrise technique des participants 136

1.2 Un flux de vidéos courtes au format vertical sur TikTok 138

1.3 La diversité de formats des images publiées sur Instagram 145

1.4 La prééminence de l'onglet caméra sur Snapchat 147

Chapitre 2 - Un travail de l'apparence qui respecte une grammaire de l'image 151

2.1 Des images conversationnelles ou esthétiques 152

2.1.1 Conversationnelles sur Snapchat 152

2.1.2 Esthétiques sur Instagram 155

2.2 Des images adressées 157

2.2.1 Le genre du groupe de pairs 159

2.2.2 L'entretien des liens forts sur Snapchat 161

2.2.3 La conservation de liens faibles sur Instagram 165

2.3 Des stratégies de publication 167

Chapitre 3 - Un travail de l'apparence qui évalue celui des filles 172

3.1 La « liberté » des filles de montrer leur corps 175

3.2 Le « contrôle » mutuel entre filles 179

Chapitre 4 - Un travail de l'apparence structuré par le genre et l'hétéronormativité 184

4.1 Une vision binaire du travail de l'apparence ? 184

4.2 La séduction hétérosexuelle comme finalité ? 191

4.3 Les réseaux sociaux d'images : une institution ? 194

4.4 Une recherche trop binaire ? 198

Conclusion de la troisième partie 206

Conclusion générale 208

Bibliographie générale 213

Annexes 230

Introduction générale

Lorsque j'étais au lycée, j'ai été poussée par mes amies dans la création d'un profil Facebook. Cela s'est reproduit au début de mes études supérieures avec Instagram. Avoir un profil n'était pourtant pas suffisant. J'ai alors été incitée à publier des images de moi-même, mais pas de n'importe quelle manière. Au domicile familial d'une proche, mais à l'abri du regard des adultes, des *shootings* photos étaient organisés : mes tenues sélectionnées, mon maquillage et ma coiffure soignés, l'arrière-plan et les poses réfléchis. Les photos sélectionnées étaient ensuite éditées pour y ajouter plus de lumière et lisser mon grain de peau. Lors de la publication, une certaine attente et satisfaction se ressentaient à mesure que les *likes* et commentaires apparaissaient. Alors qu'au début je ressentais une contrainte, je prenais peu à peu goût pour ce qu'on attendait de moi en tant que jeune fille sur les réseaux sociaux : paraître. Paraître pour plaire aux autres, mais aussi à moi-même.

Ma thèse s'appuie sur une réflexion entamée depuis 2016, dans le cadre de mes deux masters métiers de l'enseignement, de l'éducation et de la formation (MEEF) qui portaient sur l'expression du genre dans la publicisation du corps sur les réseaux sociaux par les filles et garçons âgés de quinze à vingt ans. Partant de mon expérience personnelle, je m'étais d'abord intéressée aux pratiques socionumériques des filles (Cyrille, 2018), en y interrogeant la place des images, les techniques d'embellissement du corps utilisées (Ghigi, 2021), la réception des retours (*likes* et commentaires) du groupe de pairs et la séduction hétérosexuelle à partir des images de soi publiées. Cette première recherche m'a conduite à m'intéresser aux pratiques des garçons et à leurs perceptions des pratiques de leurs pairs, en particulier celles des filles (Cyrille, 2020). Les standards de beauté et les injonctions paradoxales autour de la visibilité et de l'invisibilité du corps féminin, énoncés par les filles, sont-ils observés par les garçons ? De quelle manière se prennent-ils en photo ou en vidéo ? Comment sélectionnent-ils les images partagées ? Avec qui les partagent-ils ? Dans quel but ? Sur quels réseaux sociaux ? Cette première recherche auprès de garçons a ainsi constitué mon enquête exploratoire et la première phase de mon dispositif méthodologique.

En combinant observation participante et entretiens compréhensifs, cette enquête exploratoire a fourni un ancrage ethnographique qui alimentera mes réflexions méthodologiques et épistémologiques lors de la constitution des phases empiriques suivantes. L'observation participante s'est déroulée au sein d'un lycée général et technologique en Île-de-France, où j'étais assistante d'éducation, la principale scène d'observation étant le bureau de la

vie scolaire. La plupart des entretiens ont eu lieu dans un lycée polyvalent des métiers situé dans une ville voisine. L'enquête s'est donc déroulée exclusivement en présentiel au cours de l'année 2019.

Mon travail doctoral porte sur des pratiques socionumériques juvéniles quotidiennes, celles de la production et du partage d'images de soi sur les réseaux sociaux d'une part et celles de la réception d'images produites par les pairs d'autre part. Il vise à comprendre l'identification et la maîtrise des potentialités sociotechniques de chacun des réseaux sociaux d'images utilisés par les garçons, la mobilisation de dispositions masculines dans ces potentialités, les modalités de sociabilités élaborées autour des images partagées et la caractérisation du travail de l'apparence féminin.

Ce que je qualifie de travail de l'apparence sur les réseaux sociaux d'images a été saisi à partir du regard de garçons de quinze à vingt ans dans un dispositif méthodologique qui croise deux approches : l'ethnographique féministe et la socio-clinique institutionnelle. Cette articulation multiréférentielle « propose explicitement une lecture plurielle de [mon objet], sous différents angles et en fonction de systèmes de références distincts, non supposés réductibles les uns aux autres » (Ardoino, 2000, p. 254).

L'ethnographie féministe intègre les perspectives et les préoccupations féministes dans le recueil et l'analyse des données, ainsi que la production de connaissances (Clair, 2016a). L'ethnographe féministe cherche à dévoiler les rapports de pouvoir à l'œuvre sur le terrain étudié tout en y étant impliquée ou impliqué, ce qui a une incidence sur son objet initial et ses interprétations. Elle ou il adopte une posture réflexive en reconnaissant sa propre position dans la démarche de recherche, notamment sur la relation d'enquête et les savoirs produits.

Issue de l'Analyse institutionnelle, la socio-clinique institutionnelle a pour « cadre interprétatif […] le rapport que les sujets entretiennent avec les institutions » (Monceau, 2019, p. 596). La réflexivité individuelle et collective des participants dans la production de connaissances s'accompagne d'une démarche réflexive de la part du chercheur ou de la chercheuse, visant à appréhender ses propres implications dans le travail analytique, celui-ci s'inscrivant dans la durée. Ces caractéristiques, ainsi que l'attention portée aux analyseurs - soit une « personne, situation ou [un] objet cristallisant les contradictions institutionnelles et donnant ainsi accès à des enjeux qui ne s'expriment pas ordinairement » (Monceau, 2019, p. 596) - renforcent l'intérêt porté aux effets du dispositif méthodologique.

Mené de manière intermittente entre la fin de 2021 et la fin de 2023, le travail de terrain dans le cadre de mon doctorat a commencé par une immersion en ligne, facilitant les échanges avec des *gatekeepers* et le (re)contact de participants potentiels en vue d'organiser des entretiens individuels puis collectifs à visée compréhensive, en présentiel ou à distance. Cette immersion s'est prolongée avec certains participants après l'établissement d'un abonnement mutuel sur Instagram, nous permettant de consulter les images publiées par chacune et chacun.

Champ d'étude peu développé dans le champ académique francophone, l'étude des garçons et des masculinités présente plusieurs intérêts. En premier lieu, parce que le genre est un système de relations dans lequel le masculin et le féminin se définissent de manières interdépendantes. Les masculinités ne peuvent « être pensées en dehors de leur relation socialement établie avec les féminités, que cette relation soit d'opposition, de complémentarité ou de domination » (Buscatto, 2019, p. 184). En second lieu, parce que les épistémologies féministes, qui postulent le caractère partiel et partial de toute connaissance, permettent l'expression et la reconnaissance d'une hétérogénéité des expériences et de visions du monde (Haraway, 2007). Multiplier les points de vue en recherche est une nécessité pour étudier et déconstruire le genre. Il s'agit donc d'éclairer un objet à partir de différentes positions sociales pour en faire « un sujet épistémique collectif » (Cervulle et Testenoire, 2012, p. 12). Ainsi, ma posture méthodologique et épistémologique au sein de cette recherche a été de mettre en lumière la production du genre en tant que rapport de pouvoir dans les discours des participants, en collaboration avec eux.

Comment écrire le genre et la sexualité ?

Porter une réflexion sur la manière dont j'écris cette thèse, c'est faire de l'écriture une « opération de recherche » (Calzolaio et al., 2019, p. 1). C'est interroger la manière dont je me rends intelligible pour les lectrices et lecteurs, familiers des études féministes et de genre ou non. C'est aussi porter une réflexion sur les normes institutionnelles qui régissent le travail d'écriture scientifique.

Le souci de visibilisation de l'acte d'écrire, de l'écriture pour soi qui se transforme en un « exposé final, transmissible et/ou publiable » (Lourau, 1988, p. 15) est présent en analyse institutionnelle (AI), à travers l'analyse des implications dans l'institution universitaire, et en études féministes, dans la réflexion sur l'usage de l'écriture inclusive. Par ailleurs, l'ethnographie met en relation l'étude des cultures (*ethnos*) et la question de l'écriture (*graphè*) (Laplantine, 2015). Il n'y a pas d'ethnographie sans écriture, sans réécriture et sans réflexion

sur celles-ci. L'écriture ethnographique est d'abord une écriture descriptive. Dans le journal, elle retranscrit les sens, les émotions, les réflexions, les perceptions et plus largement la place de la chercheuse ou du chercheur sur son terrain. A partir du journal, pour l'exposé final, elle est une restitution des conditions de production de la recherche.

Le recours au « je » dans l'écriture de ce mémoire de doctorat constitue un choix méthodologique et épistémologique. Il ne s'agit pas de faire la part exacte de ma subjectivité et de la porter en gage méthodologique contre un quelconque biais (Olivier de Sardan, 2000). Il s'agit, en accord avec les études féministes, de reconnaitre que les savoirs produits ne sont pas neutres, qu'ils sont situés (Haraway, 2007) : on observe, analyse, écrit depuis une certaine position. Ainsi, « la description ethnographique, situante, doit avoir conscience qu'elle est elle-même située » (Laplantine, 2015, p. 49) « car l'ethnographie concerne tout autant ce qui est regardé et questionné que celui qui regarde et questionne » (*Ibid.*, p. 118). Restituer les conditions de production de ma recherche par l'utilisation d'extraits de mon journal de recherche : micro-portraits, matériaux empiriques (verbatims, notes d'observation), réflexions méthodologiques (en particulier mon rapport au terrain, relation d'enquête), pistes d'analyse ; est aussi une manière de montrer que j'écris toujours depuis quelque part.

L'écriture inclusive, appelée aussi écriture non sexiste (terminologie que je choisis d'utiliser), fait l'objet de débats publics qui s'inscrivent dans des contextes sociopolitiques où pourtant la lutte pour l'égalité des sexes progresse (Loison et al., 2020). Dans le milieu universitaire, où les questions de masculinités, de genre et de sexualité restent des objets à la marge, en particulier en sciences de l'éducation et de la formation, son usage nécessite une justification, le plus souvent dans une note en début de thèse ou d'ouvrage. Pour ma part, j'ai choisi d'expliciter ce choix dans l'introduction, partie qui situe les enjeux de ma recherche et présente la manière dont je vais les restituer dans ce manuscrit.

Les pratiques d'écriture non sexiste présentent plusieurs enjeux que je rejoins. D'abord, autour du langage, qui crée du sens et agit sur le monde (Coutant, 2021, p. 415), elles permettent de réfléchir au patriarcat et à la reproduction des rapports de genre. Ensuite, témoins de théories du genre, elles permettent d'éviter le masculin générique et de lutter contre l'invisibilisation des femmes dans la production du savoir. L'écriture non sexiste constitue ainsi un outil social, politique, théorique et épistémologique. Elle marque la dimension collective et donc institutionnelle de l'écriture scientifique.

J’ai choisi de combiner double flexion et accord de proximité comme dans l’expression suivante : « les adolescentes et adolescents âgés de quinze à vingt ans », qui « évite de dédoubler les adjectifs et/ou les participes passés tout en visibilisant la mixité du groupe social » (Perrier, 2021, p. 222). Cette pratique d’écriture non sexiste tend en revanche à « reproduire la binarité du genre dans le langage » (*Ibid.*, p. 219), mais elle fait sens lorsqu’il s’agit d’étudier ces groupes sociaux. L’enjeu étant de se socialiser à ces catégories d’analyse, ce qui m’oblige, ainsi que les personnes qui liront ma thèse, à constamment appréhender le monde social à travers les lunettes du genre. J’utilise également la rédaction épicène, « qui suppose de reformuler des mots genrés au profit de formules incluant le féminin et le masculin » (*Ibid.*, p. 219), lorsque qu’elle ne va pas en contradiction avec l’importance de l’indication du genre du groupe social concerné par la pratique analysée.

La justification du « je » et de l’écriture non sexiste se heurte aux usages institués de l’écriture en sciences sociales autour de la réflexivité de la chercheuse ou du chercheur. Pour autant, elle contribue à une ré-institutionnalisation du milieu académique parce qu’elle amène à transformer les modalités d’écriture, en particulier le processus argumentatif à partir de ses implications de genre. Adopter ces manières d’écrire, c’est pour moi prendre position dans les évolutions en cours en sciences sociales.

Enfin, au cours de l’écriture de cette thèse mais aussi de mes premières publications, j’ai progressivement pris conscience de ma propre manière d’écrire par les retours de mes premiers lecteurs, de mon style d’écriture. Mon écriture est perçue comme « serrée » ou « synthétique » ce qui peut être une qualité ou un défaut selon les cas. Ma familiarisation progressive avec la littérature scientifique anglophone m’a également renforcée dans ce style concis (Bennett, 2007). Aller à l’essentiel tout en donnant au lecteur les éléments nécessaires à ce qu’il puisse suivre le raisonnement mais aussi le discuter est ainsi l’un de mes défis dans l’écriture.

Un outil pédagogique féministe universitaire

Le recours au « je » et à l’écriture non sexiste dans la rédaction de mon mémoire constitue par ailleurs une mise en exercice des pédagogies féministes universitaires (Pagé et al., 2018). J’écris pour moi-même, m’approprier des connaissances, mettre en réflexion mon travail de terrain. Mais j’écris aussi pour les autres, étudiantes et étudiants, doctorantes et doctorants, enseignantes-chercheuses et enseignants-chercheurs, formatrices et formateurs... « Si les mémoires méritent d’être conservés et consultés, c’est parce qu’ils participent à une entreprise

de connaissance et/ou d'action qui déborde le cadre pédagogique dans lequel ils ont été écrits » (Guigue-Durning, 1995, p. 30). Le mémoire, en tant qu' « espace social et politique » (*Ibid.*, p. 30), se transmet. Ici, il importe des savoirs théoriques, épistémologiques et méthodologiques féministes et restitue les expériences des participants qui mettent en évidence que même les pratiques socionumériques ordinaires sont prises dans les rapports de genre en interrelation avec d'autres. En effet, l'enseignement féministe a pour force de venir « déstabiliser les façons conventionnelles de penser ou de se comporter et […] confronte les gens aux diverses manifestations du pouvoir et à leur enchevêtrement [traduction personnelle] »[1] (Pereira, 2012a, p. 129). Ces expériences, en accord avec la posture épistémologique féministe, constituent la source du savoir (Harding, 1987).

Une lecture du travail de l'apparence masculin juvénile

La première partie de ce mémoire retrace la construction de mon objet et de sa problématisation. Après la présentation de mon enquête exploratoire, j'explicite les principaux concepts utilisés : le travail de l'apparence et les réseaux sociaux d'images. Cette utilisation s'effectue en accord avec les études féministes et de genre (Pereira, 2012b). Ainsi, l'analyse du travail de l'apparence des jeunes garçons porte un intérêt à la (re)production du genre et son articulation avec d'autres rapports de pouvoir dans les perceptions et expériences partagées par eux. Enfin, je mets en dialogue la littérature anglophone et francophone consultée sur les pratiques socionumériques visuelles juvéniles depuis l'émergence du Web 2.0 à TikTok, réseau social de plus en plus utilisé par les jeunes depuis la pandémie de la Covid-19.

La seconde partie expose les apports de l'ethnographie féministe et de la socio-clinique institutionnelle à mon dispositif méthodologique (n)ethnographique, articulé en trois phases : l'enquête exploratoire (première phase), les entretiens individuels (seconde phase) et les entretiens collectifs (troisième phase). Les aspects relatifs à la relation d'enquête, qui se construit et évolue à distance, sont détaillés, ce qui me permet de clarifier mes propres implications. Les convergences dans la posture de la chercheuse ou du chercheur en études féministes et en socio-clinique institutionnelle sont mises en lumière, permettant d'articuler la nécessité de prendre en compte les implications liées au genre et à la sexualité.

[1] 'Unsettles conventional ways of thinking or behaving and confronts people with various manifestations of power and their entanglement in them'.

La troisième partie présente les résultats de ma recherche, qui font apparaitre des enjeux allant des plus techniques aux plus politiques. Le travail de l'apparence implique une technicité spécifique, je l'interroge en me mettant à l'écoute des descriptions que font les garçons des réseaux sociaux d'images qu'ils utilisent, ainsi que de l'explicitation des étapes menant au partage de leurs images et des gestes effectués pour observer celles de leurs pairs. Les types et formats d'images partagées sur Snapchat et Instagram, les deux plateformes les plus utilisées par les participants, sont aussi analysés pour saisir les normes de présentation de soi et les cercles de sociabilité concernés. Ces éléments devraient permettre de décrire la grammaire de l'image, respectée ou contournée par les garçons. Enfin, si la maîtrise de cette grammaire visuelle et la technicité qu'exige le travail de l'apparence sur les réseaux sociaux ont leurs fonctionnements propres, elles sont mises en œuvre dans des rapports sociaux traversés par le genre et la sexualité. Cet aspect sera particulièrement analysé à travers le regard que portent les garçons sur le travail de l'apparence des filles.

Ce mémoire rend compte de ce parcours de recherche, qui, comme on le comprendra au fil de la lecture, a demandé un engagement personnel important accompagné par un travail suivi d'analyse des implications. La forme, en trois parties nettement distinctes, finalement adoptée pour rendre compte de ma recherche, relève d'une volonté d'en organiser le plus explicitement possible la restitution écrite. Cependant, comme on le verra au fil de la lecture, les renvois entre les différentes parties sont fréquents, et chacune contribue à éclairer les autres.

PREMIERE PARTIE - PROBLEMATISATION

Introduction de la première partie

Cette première partie débute par un chapitre de présentation de l'enquête exploratoire qui constitue le point de départ intellectuel de cette recherche doctorale. Les trois résultats issus de cette première investigation seront réinterprétés au cours de la recherche doctorale. Ils permettent de délimiter mon objet et mon questionnement, qui vont s'affiner tout au long de cette partie.

Le second chapitre vient expliciter mes choix conceptuels. L'étude du travail de l'apparence ayant une perspective de genre dès son origine, il présente un intérêt en recherche féministe pour laquelle le travail est un objet central depuis les années 1970-1980. A partir de l'appropriation progressive de l'histoire de ces concepts, je précise ensuite ce que j'entends par travail de l'apparence sur les réseaux sociaux d'images pour l'étude critique des masculinités juvéniles en sciences de l'éducation et de la formation.

Enfin, le troisième chapitre restitue les lectures anglophones et francophones qui ont participé à l'élaboration de ma réflexion au sujet des pratiques socionumériques juvéniles et à la problématisation de mon objet. Il produit un éclairage sociohistorique sur le questionnement académique visant la production et le partage d'images de soi par les jeunes sur les médias sociaux, à partir des interprétations issues de l'enquête exploratoire. Pour cela, il explore dans une approche à la fois diachronique et synchronique, l'environnement des réseaux sociaux utilisés par les participants à ma recherche. Les possibilités et les contraintes décrites pour chacun d'entre eux donnent un premier aperçu de la manière dont les jeunes garçons s'en emparent. Le vocabulaire spécifique aux réseaux sociaux présentés et aux pratiques associées apparait dans ce chapitre. Il est explicité en note de bas de page et fait l'objet d'un glossaire inséré dans la deuxième partie du mémoire. Les termes en langue anglaise sont écrits en italique.

Cette première partie propose donc simultanément un état de la littérature scientifique et une présentation des terrains socionumériques sur lesquels j'ai mené la recherche. Elle retrace la manière dont j'ai progressivement problématisé mon objet de recherche (le travail de l'apparence des garçons sur les réseaux sociaux d'images).

Chapitre 1 - L'enquête exploratoire et ses trois principaux résultats

Conduite dans le cadre d'un master de recherche en éducation, didactique et formation (REDEF), l'enquête exploratoire, selon une approche ethnographique, a combiné observation participante et entretiens compréhensifs (Cyrille, 2020). L'observation participante a duré quatre mois (de février à juin 2019), principalement au sein d'un lycée général francilien (lycée A) dans lequel j'étais assistante d'éducation. Après un entretien individuel exploratoire dans cet établissement, j'ai conduit treize entretiens individuels dans un autre (lycée B), lycée polyvalent des métiers situé dans une ville voisine de celle du lycée A, et un entretien collectif au domicile familial d'un participant avec deux de ses amis. Ces entretiens étaient tous à visée compréhensive. Ma population d'enquête se composait de seize participants âgés de quinze à vingt ans, issus de milieux sociaux variés et fréquentant le lycée en tant que lycéens ou étudiants en brevet de technicien supérieur (BTS)[2].

Trois principaux résultats ont émergé de cette enquête, première phase de mon dispositif méthodologique :

- L'entre-soi masculin comme étape dans le processus de présentation de soi en ligne des garçons ;
- L'usage différencié des réseaux sociaux par les garçons ;
- Les modalités et caractéristiques du regard porté par les garçons sur le travail de l'apparence des filles sur les réseaux sociaux.

Les modes de sociabilité décrits par les participants sur les réseaux sociaux utilisés reproduisent ceux qui étaient présents sur des médias sociaux antérieurs. De plus, ils s'inscrivent dans les modes de sociabilité juvéniles hors ligne déjà documentés par la recherche. Ce qui m'a alors paru pertinent ici, a été d'actualiser mes connaissances sur les réseaux sociaux les plus utilisés actuellement (Snapchat et Instagram) en étant attentive aux rapports de genre en place. Cela, à partir du discours de jeunes garçons.

1.1 L'entre-soi masculin : étape dans le processus de présentation de soi en ligne

Les participants ont exprimé l'importance des relations intermasculines qui sont nourries par la création et la publication d'images :

[2] Une réflexion méthodologique sur mon enquête exploratoire est présentée dans la seconde partie de ce mémoire de thèse.

- du groupe, comme signe d'appartenance, pour partager et garder des traces de moments vécus ensemble,
- par le groupe, pour une validation avant publication, ce qui lui confère une fonction de réassurance,
- pour le groupe, ce qui permet de désinhiber le travail de l'apparence sur les réseaux sociaux et le rapport à son corps.

L'identification au groupe social des garçons et à la masculinité est alors une construction collective. Le jeune se construit en tant que garçon par rapport aux filles, mais aussi par rapport aux autres garçons en effectuant des appels à connivence (Balleys, 2016) autour de centres d'intérêts communs, de l'échange d'images du groupe et d'images de soi destinées à être publiées ou non. L'accès anticipé ou exclusif à l'image, en particulier lorsqu'elle est authentique et instantanée, témoigne de la valeur du lien : *« j'suis plus à l'aise avec mes potes j'envoie ma vie j'm'en fous j'suis en short dans mon lit euh voilà / j'envoie des Snaps »* (Mohamed I4) (Cyrille, 2020, p. 57). Le groupe de pairs masculin joue un rôle de validation-invalidation et de régulation de la masculinité, ce qui est également le cas hors ligne. À titre d'exemple, au cours de l'entretien collectif, j'ai été témoin d'un rappel à l'ordre de Lucas I15 à l'encontre de Marin I16, suite à son intervention : *« et t'sais qu'j'ai des doutes des fois tu dis des trucs de meufs »* (*Ibid.*, p. 40).

Pour autant, un regard critique voire une mise à distance sur les retours du groupe, de même qu'une pluralité du travail de l'apparence chez les garçons, sont également exprimés par les participants : *« c'est plus vaste j'dirais que les filles / il y a tellement plus de trucs alors que euh souvent les filles quand j'compare deux comptes j'ai l'impression que c'est les mêmes / très souvent »* (Alban I2) (*Ibid.*, p. 47).

1.2 Des usages différenciés selon le réseau social

Pour partager une image de lui-même sur les réseaux sociaux, l'adolescent réalise un travail sur son corps, pensé, calculé, et maîtrisé, afin d'enrichir ses relations existantes. Instagram et Snapchat, étant les deux réseaux sociaux les plus utilisés par les participants au cours de l'enquête exploratoire, ces derniers ont exprimé des dissemblances dans leurs usages relevant de la capture et du partage d'images de soi, mais aussi des liens entretenus.

Le cercle amical est un destinataire de choix sur Snapchat où les images partagées sont essentiellement éphémères. Si le groupe de « potes » met en confiance les participants, l'éphémérité des images favorise également les relations de séduction avec les filles. En

revanche, sur Instagram, les abonnées et abonnés comprennent des personnes avec lesquelles ils entretiennent des liens plus distendus. Cela incite les participants à rester spectateurs et à moins publier d'images d'eux-mêmes. Lorsque c'est le cas, les images sont sélectionnées de façon à se montrer sous son angle le plus favorable : *« et puis si elles sont pas belles ben je la poste pas »* (Marin I16) (*Ibid.*, p. 54). De ce fait, le choix du type d'image, de l'espace de partage (réseau social, modalités de diffusion : en *story*, sur son profil ou via la messagerie instantanée) et du public constituent des sélections importantes dans le travail de l'apparence en ligne (Lachance, 2017).

1.3 Le regard sur le travail de l'apparence des filles sur les réseaux sociaux

Les participants montrent dans leur discours une connaissance du travail de l'apparence réalisé par les filles, en dehors et sur les réseaux sociaux, qu'ils différencient de celui des garçons. Ils distinguent la manière de se prendre en photo, son contenu, son édition, la fréquence de partage et les réactions que les publications suscitent. Ainsi, selon eux, les filles se prennent plus souvent en photo, les publient plus régulièrement et obtiennent plus de *likes* et de commentaires. Ce sont des images centrées sur leur corps et esthétisation.

> **Note d'observation du 12/02/2019** :
>
> Bureau de la vie scolaire du lycée A : un adolescent qui regardait son fil d'actualité Instagram me montre une vidéo d'une jeune fille en short et haut court qui danse, en rigolant il sort sa langue et me montre qu'il met un "like" à la vidéo. Des adolescentes assises à côté de lui rigolent en le voyant faire (Cyrille, 2020, p. 41).

Les garçons rencontrés durant l'enquête se montrent spectateurs, évaluateurs et contrôleurs du corps des filles sur les réseaux sociaux. Des normes paradoxales autour de la visibilité et de l'invisibilité du corps féminin sont mises en évidence, allant parfois jusqu'à émettre des injonctions. Selon eux, les filles publicisent davantage leur corps, pour se mettre en valeur, afin d'attirer le regard des garçons (Moulin, 2005). Pour certains participants, ce sont elles qui se positionnent comme objets de désir à travers leurs photos, contribuant ainsi à la légitimation d'un ordre de genre : elles sont conscientes que ce sont les garçons qui doivent initier la démarche de séduction. Selon des règles implicites mais partagées, le corps féminin doit se montrer et les garçons doivent le regarder. Il ne doit cependant pas trop se montrer pour ne pas être perçu comme exprimant explicitement une invitation sexuelle des filles (Couchot-Schiex et Latourès, 2016).

Le tableau suivant reprend les différenciations, hiérarchisations et relations opérées par les participants à propos du travail de l'apparence des filles et des garçons :

Tableau 1 – Le travail de l'apparence des filles et des garçons selon les participants (enquête exploratoire)

Garçons	**Filles** **(d'après les garçons)**
Montrer ce qu'ils **ont** (potes, style vestimentaire) pour plaire aux filles	Montrer ce qu'elles **sont** (corps, beauté) pour plaire aux garçons
Regarder plus que publier : voir avant d'être vu	Objectif de plaire par le corps : le corps féminin est fait pour être vu mais il ne doit pas trop se montrer
Images spontanées et humoristiques	Images réfléchies, capturées pour être publiées, retravaillées à l'aide de filtres, sélectionnées avant d'être publiées
Différences de présentation de soi en fonction du réseau social (Snapchat/Instagram)	Homogénéité plus forte du travail de l'apparence sur les réseaux sociaux

Ces premiers résultats, produits par ma recherche de master, ont orienté les premiers questionnements que j'ai formulés en débutant ma recherche doctorale. Ils ont fait l'objet d'une restitution lors des entretiens individuels (deuxième phase de l'enquête) pour en approfondir l'analyse.

D'une part, les deux premiers résultats (concernant l'entre soi masculin et les usages différenciés des réseaux sociaux) m'amenaient à m'intéresser à la composition du groupe de pairs, aux « potes » des participants avec lesquelles et lesquels ils partagent des images d'eux. S'agit-il des mêmes « potes » sur l'ensemble de leurs réseaux sociaux ? Les homosociabilités masculines en ligne s'expriment-elles autant parmi les participants de la recherche doctorale ? Si oui, de quelle manière ?

D'autre part, ils m'invitaient à affiner l'analyse des affordances identifiées par les participants pour chacun des réseaux sociaux utilisés concernant la capture, l'édition et le partage des images. La distinction entre les fonctionnalités, les normes et les modalités relationnelles sur Snapchat et Instagram reste-t-elle aussi marquée ?

Enfin, le troisième résultat (concernant le regard porté par les garçons sur le travail de l'apparence des filles) attirait mon attention sur les ambivalences et contradictions susceptibles d'apparaitre dans les discours à propos du travail de l'apparence des filles. Les injonctions paradoxales autour de la visibilité du corps féminin seront-elles de nouveau exprimées par les participants à la recherche doctorale ?

Chapitre 2 - Choix conceptuels

2.1 Le travail (du corps) dans les études féministes

Dans les recherches féministes, les réflexions sur le travail documentent l'oppression des femmes. En France, c'est le cas notamment des études féministes matérialistes[3], bien qu'elles présentent une « hétérogénéité théorique » (Cervulle et Clair, 2017, p. 5) dès leurs fondations. Sous l'impulsion du mouvement féministe des années 1970, la théorisation féministe matérialiste se développe à partir d'analyses marxistes pour étudier et dénoncer le patriarcat, « système socio-politique » qui organise l'oppression des femmes (Delphy, 2013, p. 7). Au sein de ce système, les hommes et les femmes ne sont pas des catégories biologiques mais des classes sociales « engagés dans un rapport social spécifique : les rapports sociaux de sexe » (Kergoat, 2004, p. 35). La base matérielle de ces rapports, en l'occurrence le travail, s'exprime à travers la division sexuelle du travail, qui varie d'un point de vue historique et social. Plusieurs scènes d'exploitation matérielle des femmes sont mises en évidence par les féministes matérialistes.

Pour Christine Delphy (2013, p. 8), sociologue, la base économique du patriarcat est le « mode de production domestique », qui soutient la formation des classes de sexe, l'exploitation économique[4] et l'oppression des femmes. Celui-ci implique un certain rapport de production : il s'agit d'un travail gratuit (non payé et non rémunéré), invisible, effectué, dans le cadre du mariage hétérosexuel, au sein de la famille par les femmes, pour autrui, en échange de leur

[3] Le féminisme matérialiste et l'Analyse institutionnelle (AI) partagent des influences matérialistes historiques. L'AI est la théorie à laquelle s'adosse la socio-clinique institutionnelle (SCI), une de mes approches méthodologiques. Elles sont explicitées dans la partie II. J'ai ainsi fait le choix de mentionner les travaux de certaines pionnières, sans en épuiser la pluralité des concepts et des travaux qui s'y inscrivent. Pour approfondir sur le féminisme matérialiste en tant qu'objet d'étude, voir Cervulle et Clair (2017).

[4] Soit la dimension économique de la famille. Delphy (2013, p. 9) s'appuie sur l'étymologie de l'économie : « règle » (*nomos*) de la « maison » (*oikos*) : la gestion du foyer.

entretien. L'analyse du mode de production domestique est portée par les rapports sociaux constitués au sein de ce travail.

Paola Tabet (2014, p. 22), anthropologue, s'intéresse particulièrement, à partir de l'étude de sociétés non-occidentales, au « cœur des rapports sociaux de sexe », soit à « la gestion sociale de la sexualité et de la reproduction » des femmes, qui participe de la division sexuelle du travail et notamment à l'accès inégal à la connaissance par les femmes de leur propre corps et sexualité. Pour cela, Paola Tabet (2014) prend pour cadre d'analyse l'échange économico-sexuel :

> Le terme « échange économico-sexuel » indique non pas la prostitution, mais toute forme de relation sexuelle qui comporte une compensation de la part d'un homme pour le service sexuel fourni par une femme. Cette compensation ou rétribution peut varier en entité et nature (du nom attribué par le mariage au prestige ou à la position sociale, à l'accès à un poste de travail, jusqu'à l'argent), mais est liée à la possible utilisation sexuelle de la femme, à sa disponibilité. De même peuvent varier la nature et la durée des services féminins. Les relations économico-sexuelles constituent donc un domaine qui comprend des rapports définis socialement de manières très différentes (p. 21-22).

L'échange sexuel n'est jamais égalitaire. « Structurellement insérés dans des transactions économiques implicites ou explicites » (Benquet et Trachman, 2009, p. 1), il se produit au service de la sexualité des hommes qui fournit alors une compensation qui peut revêtir des formes diverses. C'est cette compensation qui relève de l'économique dans l'échange sexuel. Le concept d'échange économico-sexuel permet ainsi de « comprendre la sexualité, et notamment l'hétérosexualité comme un rapport de genre, asymétrique et non réciproque entre hommes et femmes » (*Ibid.*, p. 1).

Selon Colette Guillaumin (1992, p. 18), l'appropriation de la classe des femmes par la classe des hommes passe, non seulement par « l'accaparement de la force de travail », mais surtout par « l'appropriation matérielle du corps » des femmes. Elle s'intéresse ainsi à « l'appropriation physique dans les rapports de sexes », qu'elle nomme « sexage ». Cette appropriation est à la fois collective et individuelle dans le cadre du mariage hétérosexuel qui « légalise et entérine une relation qui existe *avant* lui et *en dehors* de lui » (p. 36). Le sexage est pourtant invisibilisé, même dans la classe des femmes, par l'« idée de nature » (p. 13) et conduit à leur privation d'autonomie et d'individualité.

L'appropriation des femmes s'exprime selon Guillaumin (1992, p. 20) par :

- l'appropriation de leur temps ;
- l'appropriation des produits de leur corps, en particulier les enfants, mais d'abord la capacité de reproduction notamment du fait de « l'absence pour la majorité des femmes de possibilité réelle de contraception et d'avortement » (p. 21) à cette époque ;
- l'obligation sexuelle : l'essentiel de la relation hétérosexuelle repose sur l'« usage physique sexuel » de la femme, dont les deux formes principales sont le mariage (usage non-monnayé) et la prostitution (usage monnayé). Même dans le mariage, une femme ne peut pas disposer de son propre corps ;
- la charge physique des membres du groupe.

Ainsi, par l'analyse de la division sexuelle du travail, le féminisme matérialiste réexamine le concept de travail par l'introduction des rapports sociaux de sexe qui s'y établissent et du travail domestique. Issu « d'un modèle asexué » à l'origine de la sociologie du travail, la conceptualisation du travail « est ainsi élargie au travail non salarié, non rémunéré, non marchand, au travail informel » (Hirata et Kergoat, 2012, p. 116). Le travail est pensé comme une activité qui répond à des exigences différentielles et hiérarchiques, en direction des autres, car il « profite » à quelqu'un (Delphy, 2013, p. 65). Il a pour enjeux la « production du vivre » en société[5] et la « captation du temps par autrui » (Hirata et Zarifian, 2014, p. 245), même dans le travail domestique. L'étude simultanée du travail salarié et du travail domestique fait éclater « la séparation des sphères d'activité » (Galerand et Kergoat, 2012, p. 269) publique/privée et permet de :

- faire apparaître le travail des femmes ;
- critiquer « la non distribution du travail domestique entre les deux classes de sexe » (*Ibid.*, p. 269) ;
- déessentialiser le travail auquel les femmes sont assignées et désigne les compétences acquises, non pas de « qualités naturelles » mais de « qualifications » (*Ibid.*, p. 270) ;
- penser l'articulation entre travail, femmes et oppression ;
- repérer « le caractère potentiellement subversif » du rapport au travail des femmes (*Ibid.*, p. 277) ;

[5] Le travail produit et reproduit les rapports sociaux.

- analyser le passage du caractère subversif au caractère émancipateur du travail, lorsque s'organise « un collectif à forte capacité d'action » (*Ibid.*, p. 281) permettant de transformer les résistances individuelles.

Le travail domestique, le travail reproductif, le travail salarié… engagent le corps. Une des fonctions sociales du corps est « d'actualiser, de rendre visible ce qui est considéré comme la division fondamentale de l'espèce humaine : le sexe » (Guillaumin, 1992, p. 117). A partir de l'appareil reproducteur externe, s'opère une construction sociale « inscrite dans le corps lui-même » (*ibid.*, p. 118) qui s'ajoute à la division sexuelle du travail et la distribution sociale du pouvoir, et confirme ainsi le maintien du patriarcat.

Au-delà du féminisme matérialiste, le travail ne désignant plus seulement la production marchande, rendre le corps sexué est également un « travail » auquel participent « l'environnement matériel » et « le contrôle exercé par les autres acteurs sociaux » (*ibid.*, p. 119). Les canons de la beauté et du souhaitable féminin et masculin reflètent les préférences d'une époque et d'un groupe social, sont « toujours soigneusement distingués et différenciés » et considérés comme « la réussite de leur état respectif ». Ils passent par des formes d'intervention sur le corps, tel que la mise en valeur d'une de ses parties par le vêtement, qui visent « à actualiser et mettre en scène le sexe » (*ibid.*, p. 121). L'étude de l' « inégalité des rôles esthétiques » (Löwy, 2006, p. 87) et sa stabilité historique ont ainsi été mis en évidence dans la recherche féministe anglophone plus particulièrement. « Il a été reconnu que les femmes subissent une socialisation différenciée qui les encourage, dès l'enfance, à soigner leur beauté et leur apparence physique, en se souciant de faire plaisir aux autres, ce qui ne vaut pas pour les hommes » (Ghigi, 2021, p. 88).

Pour autant, il n'y a pas une manière unique de documenter la beauté féminine avec une perspective féministe. Des chercheuses ont mis en lumière l'oppression subie par les femmes dans l'embellissement de soi qui s'effectue en fait en direction du désir masculin (Ghigi, 2021). Le regard des hommes est alors considéré comme ayant une fonction de conformation et de confirmation d'injonctions nombreuses et paradoxales. D'autres chercheuses sont venues nuancer ces propos en montrant que cet embellissement peut également être une forme d'expression et d'affirmation collective et individuelle selon les contextes et perceptions impliquées (Cahill, 2003), sans pour autant nier que les standards de beauté se définissent en relation avec les rapports sociaux qui organisent la société étudiée.

L'étude des hommes et des masculinités émerge suite à la dénonciation de l'androcentrisme par les féministes au sein du milieu académique dans les années 1970 (Le Talec, 2016). Ces recherches contribuent à l'analyse du corps comme construit social « participant à la différenciation et à la hiérarchisation entre groupes sociaux » (Boni-Le Goff, 2021, p. 184). Tenant compte de la conception plurielle, dynamique, intersectionnelle et relationnelle de la masculinité au sein de ce champ, définit par Raewyn Connell (2022) comme « une configuration de pratiques situées au sein d'un système de rapports de genre » (p. 84), la compréhension du travail de l'apparence des jeunes garçons sur les réseaux sociaux présente plusieurs intérêts.

Au sein du groupe social des garçons, le travail de l'apparence pose la question des normes corporelles perçues, suivies et négociées par eux, de même que des « hiérarchies entre les corps » (Boni-Le Goff, 2021, p. 187) et de ses images partagées. De plus, recueillir le point de vue des garçons sur le travail de l'apparence des filles permet d'interroger la (re)production du genre par la mobilisation du corps.

2.2 Le travail de l'apparence

Une longue réflexion sur le choix des concepts utilisés a été conduite au fil de mes lectures. J'ai commencé par utiliser le concept de mise en scène en référence aux recherches interactionnistes d'Erving Goffman (1973) que j'ai appliqué au corps des adolescentes sur les réseaux sociaux par le biais des images pour ma recherche dans le cadre du master (Cyrille, 2020). En cela, je m'inscrivais dans la lignée des travaux qui portent sur les pratiques socionumériques (juvéniles) et qui recourent au concept de mise en scène ou de présentation de soi, en se référant, ou non, à Erving Goffman (Casilli, 2010 ; Balleys et Coll, 2015 ; Déage, 2018 ; Lachance, 2017 ; Metton-Gayon, 2009).

Erving Goffman (1973) fait usage d'une métaphore dramaturgique pour illustrer comment les interactions même quotidiennes peuvent être vues comme des performances théâtrales, où les individus s'efforcent de gérer les impressions qu'ils donnent aux autres en tenant le rôle prescrit par la situation. Une représentation mobilise deux lieux. Le *frontstage* (« région antérieure » (p. 106)), correspond à la scène. Il s'agit du lieu où se déroule la représentation face au public qui veille au respect des normes en vigueur. Le *backstage* (« région postérieure ») correspond à la « coulisse ». C'est le lieu « où l'on peut observer les faits dissimulés » (p. 110) à l'abri du regard du public. L'exemple des serveurs passant des cuisines (*backstage*) à la salle de restaurant (*frontstage*) l'illustre bien. Cela peut se manifester

par un langage et des postures différentes. Erving Goffman met ainsi en évidence les stratégies de présentation de soi de l'actrice ou de l'acteur social qui navigue entre ces deux espaces, caractérisées par la présence ou non du public, et y adopte les comportements associés.

De ce fait, il me semble que dans le cadre de recherches sur les pratiques socionumériques, la présentation de soi ou la mise en scène permet aux chercheuses et chercheurs de penser à l'ajustement et l'articulation des pratiques de partage et de publication selon les fonctionnalités et le public destinataire, pour un même réseau social mais également entre les différents réseaux sociaux utilisés : « Instagram sert généralement de carte de visite, de présentation sur le devant de la scène, alors que Snapchat alimente des conversations en coulisse » (Déage, 2018, p. 152).

Puis, mes lectures m'ont conduite aux recherches de Martine Court (2010) et au concept de travail de l'apparence. Pour me l'approprier et l'inclure dans mon cadre conceptuel, j'ai souhaité en revisiter la genèse qu'il me semble important de restituer ici.

Le travail de l'apparence est un concept qui, dès son origine, a une perspective de genre. C'est d'abord Philippe Perrot (1984), historien, qui l'utilise en faisant l'analyse du « produit social, culturel et historique » que constitue le corps féminin. En effet, « le corps est un capital où s'entremêlent les effets d'une condition sociale, d'une division des rôles et d'une vision du monde » (*Ibid*., p. 284). Son étude de l'histoire du travail des apparences des femmes aux XVIIIème et XIXème siècles fait ainsi apparaître des invariants tels que la beauté, la cosmétique, la discipline corporelle, la dimension collective de ce travail, le regard des autres, ainsi que les attendus et les contraintes enserrant les corps.

À partir d'archives judiciaires de la jeunesse, Régis Revenin (2023), docteur en histoire et maître de conférences en sciences de l'éducation, s'intéresse au travail des apparences des garçons dans un article où il restitue la parole de jeunes parisiens de classes populaires évoquant leurs apparences corporelles et vestimentaires dans les années 1960.

L'après-guerre marque la période de massification de la beauté et de la mode, associé à un intérêt nouveau pour les loisirs et le soin du corps qui s'expose. « Les produits cosmétiques, tendances vestimentaires et les standards de beauté deviennent plus accessibles grâce notamment à la production industrielle, l'explosion des médias de masse et l'émergence de la jeunesse comme groupe économique et culturel influent. La presse adolescente et la publicité dédiée à la mode et beauté masculine ont contribué à la diffusion des nouvelles tendances auprès de ce groupe social. L'attention portée aux apparences prend place dans les qualités attribuées

à la virilité et répond à un impératif de séduction par le corps. Or, la beauté masculine « doit rester dans la mesure » (*Ibid*., p. 52) pour respecter les normes de genre. Les garçons doivent ainsi trouver le point d'équilibre entre cette nouvelle corporéité masculine juvénile et l'assignation efféminement-potentielle homosexualité qui guette. En effet, « trop se regarder, trop montrer sa parure restent, dans l'imaginaire social adulte, des attitudes considérées comme féminines, qui renvoient le garçon trop coquet à une potentielle homosexualité » (*Ibid*., p. 52).

Les recherches de Philippe Perrot (1984) puis de Régis Revenin (2023) permettent de relever plusieurs caractéristiques intrinsèques à l'étude du travail de l'apparence et l'entrecroisement des rapports de classe, d'âge, de genre et de sexualité à l'œuvre. Deux sociologues, Martine Court (2010) et Aurélia Mardon (2010a, 2010b) se sont ensuite intéressées, au cours de la même période, au travail de l'apparence des filles et, dans une moindre mesure des garçons, à la fin de l'enfance et au début de l'adolescence.

A partir d'une enquête sur la socialisation corporelle des enfants à la fin de l'école primaire[6], Martine Court (2010) donne à voir le « caractère pluriel de la socialisation des filles dans le domaine du travail de l'apparence » (p. 30). Cette socialisation passe par l'apprentissage de pratiques telles que se maquiller, se coiffer, s'habiller, accessoiriser sa tenue et être amatrice de mode, ainsi que par l'intériorisation de normes définissant les pratiques et leur bonne mise en œuvre dans ce domaine.

Elle étudie trois agents de socialisation que sont les médias[7], les pairs[8] et la famille, qui parfois s'opposent mais interagissent toujours entre eux, la famille jouant un rôle majeur. L'influence des pairs et des médias dans la socialisation au travail de l'apparence des filles dépend en effet pour une large part des discours des parents.

Avec Christine Mennesson, Martine Court (2015, p. 42) s'intéresse également au travail de l'apparence des garçons, en particulier l' « inscription de la masculinité sur et dans les corps par l'intermédiaire du vêtement ». Parce que des travaux antérieurs ont montré des différences de classes sociales et au sein des mêmes classes en ce qui concerne les pratiques vestimentaires des garçons (tels que ceux d'Aurélia Mardon (2010a, 2010b) cités ci-après), les autrices interrogent également l'inscription corporelle de la classe (et pas seulement du genre) des

[6] Enquête réalisée auprès de vingt-six familles de milieux sociaux variés, ayant un enfant en CM2. Des entretiens avec les parents (quarante entretiens) et avec les enfants (vingt-six entretiens) ont été réalisés, ainsi que des observations des enfants dans le cadre de leurs activités scolaires (Court, 2010).
[7] L'autrice se réfère à des émissions télévisuelles et des magazines people adolescents citées par les filles durant l'enquête.
[8] L'autrice fait référence à la l'homosociabilité féminine observée dans la cour de récréation.

garçons des classes moyennes. Pour cela, elles analysent les catégories de perception de parents des classes moyennes à propos des choix vestimentaires de leur garçon[9].

Derrière la mise à distance ou le rejet d'un des trois types de tenues vestimentaires étudié[10], les parents de classes moyennes interrogés mettent à distance ou rejettent une masculinité située dans l'espace social, associée à une culture jugée peu légitime. Pour exemple, les vêtements associés à la culture de la rue, rejetés par l'ensemble des familles interrogées, renvoient aux « 'bandes' de garçons des cités ou des ghettos américains [et] sont associés à des dispositions viriles – la force, la capacité à se battre, la transgression de l'ordre social » (Court et Mennesson, 2015, p. 45). Ainsi, il ne s'agit pas toujours ou uniquement d'une remise en question des assignations de genre mais d'une forme de distinction de classe. La fabrique des garçons des classes moyennes, par les pratiques éducatives parentales, résulte donc bien d'une imbrication des rapports de genre et de classe sociale.

L'analyse des pratiques vestimentaires et corporelles de collégiens franciliens[11] par Aurélia Mardon (2010a, p. 40) met en évidence le respect des « prescriptions vestimentaires de genre » comme condition d'appartenance à cet âge de la vie qu'est l'adolescence et au groupe de pairs qui les diffuse. Porter des vêtements de marque pour les garçons constitue une manière d'« affirmer leur virilité » (Mardon, 2010b, p. 138) et ne pas en porter les expose à de la violence de genre, comme c'est le cas dans le premier collège enquêté dénommé Joliot. Du côté des filles, les parents et le groupe des filles au collège contrôlent l'« injonction paradoxale de mettre en valeur le corps sans provoquer » (Mardon, 2010b, p. 148). Les pratiques vestimentaires constituent ainsi un outil privilégié de transmission des rapports de genre.

Par ailleurs, les prescriptions vestimentaires de genre formulées par le groupe de pairs dépendent des styles vestimentaires adoptés, eux-mêmes modulés par des rapports de classe.

[9] L'article s'appuie sur une série d'entretiens réalisés entre 2010 et 2012 auprès de seize parents de classes moyennes (dix mères et six pères) ayant un garçon en CM2 et appartenant à dix familles différentes. Dans chaque famille, plusieurs entretiens (un à cinq) ont été réalisés avec les parents et avec l'enfant. Martine Court et Christine Mennesson (2015, p. 44-45) explicitent dans l'article ce qu'elle entend par classes moyennes ainsi que le découpage effectué.

[10] Les vêtements associés à la culture de la rue, ceux associés au foot et au rugby et ceux qui signalent l'indifférence à l'égard de l'apparence. Ces trois catégories de tenues vestimentaires, « typiques d'une masculinité accentuée » (Court et Mennesson, 2015, p. 56), se sont imposées lors de l'analyse des données et ont été une grille de lecture pertinente au regard du questionnement de l'autrice.

[11] Enquête ethnographique réalisée en 2005 et 2006 dans deux collèges de la banlieue parisienne par observation dans les classes et la cour de récréation ainsi que par entretiens individuels et collectifs auprès de collégiens âgés de 11 à 15 ans et de leurs parents. Le premier collège, dénommé Joliot, est situé au cœur d'une cité HLM et fréquenté majoritairement par des élèves issus des classes moyennes et populaires. Le second collège, appelé Vinci, se situe dans une « ville privilégiée » et rassemble des élèves appartenant aux classes supérieures et moyennes (Mardon, 2010a, p. 40).

Céline Metton-Gayon (2009) indiquait déjà le clivage social établit par les styles « skater » et « racaille » : « milieu plus populaire pour le style racaille, et plutôt favorisé pour les skaters » (p. 109), analyse rejoint par Aurélia Mardon (2010a). Le style vestimentaire qualifié de « racaille ou caille » est en fait un jugement de classe utilisé par « les adolescents issus des classes moyennes et supérieures pour désigner les adolescents des cités qui affichent leurs goûts pour le rap et le R&B dans leur apparence » (Mardon, 2010a, p. 46). De nombreuses manifestations de distinction de classe s'appuient ainsi sur la dévalorisation d'une forme de masculinité associée aux garçons de milieux populaires et rejoignent les résultats de Martine Court et de Christine Mennesson (2015) exposés précédemment. Selon Aurélia Mardon (2010b),

> Les jeunes issus des classes populaires renforcent par leur style vestimentaire le marquage de la différence des sexes. Les styles vestimentaires adoptés par ceux qui sont issus des classes moyennes et supérieures tendent, au contraire, à atténuer cette différence et peuvent même servir aux jeunes à s'opposer aux modèles traditionnels de genre (p. 151).

Or, il reste toujours un rôle sexué à tenir » (Metton-Gayon, 2009, p. 109), par les collégiennes et collégiens adoptant le style skater ou gothique, surtout chez les garçons, pour qui la non-conformité avec les valeurs physiques et psychologiques viriles en vigueur conduit à une déconsidération du groupe de pairs. Aurélia Mardon (2010a) insiste alors plutôt sur les jugements de genre effectués par les garçons adeptes de rap et de R&B, associés au style « racaille », qui n'hésitent pas à se moquer de l'apparence des « skaters », qu'ils trouvent « féminines » (p. 45), à cause de leurs cheveux longs. Tandis que les « skaters » attribuent aux garçons au style « racaille » des attributs virils agressifs, c'est l'absence de virilité des « skaters » qui est dénoncée par les « racailles ».

Les « codes plus unisexes » (Mardon, 2010b, p. 141) partagés (jeans *baggie* et baskets de la marque Van's. pour les filles comme les garçons, les cheveux mi-longs ou longs pour les garçons) cachent en fait des ambivalences. Les filles manifestent leur opposition aux normes de beauté féminine « traditionnel[les] » (Mardon, 2010b, p. 141) et certaines les détournent, notamment en adoptant un maquillage très prononcé. Cependant, de nombreuses filles ayant adopté ces styles vestimentaires font attention tout de même à garder une apparence féminine et séduisante, « en insistant sur les parties du corps qui marquent les différences anatomiques et mettent en scène le corps pubère » (Mardon, 2010b, p. 141). Les mieux dotées socialement et scolairement d'entre elles tiennent un discours critique à l'égard des filles adhérant aux

normes de beauté auxquelles elles s'opposent et affichent l'adoption de goûts culturels et de comportements associés à la masculinité :

> Une manière pour nombre de filles de se distinguer de l'image dévalorisée de la « fille » est d'afficher des goûts musicaux connotés comme masculins (rap, métal), de reprendre à leur compte la critique masculine de goûts féminins jugés trop sirupeux mais également de rejeter les façons féminines de se vêtir (Mardon, 2010b, p. 141).

Par travail de l'apparence, Martine Court entend « l'ensemble des pratiques par lesquelles les individus agissent sur leur corps dans le but de le rendre conforme à un idéal d'excellence esthétique » (2007, p. 98). Cette définition, comme les recherches précédemment citées, désignent par le travail de l'apparence des pratiques, mais aussi des représentations et des normes vestimentaires et corporelles de genre qui sont situées. Issu d'un entrecroisement des rapports sociaux, le travail de l'apparence se diffuse et s'intériorise de manière collective par le biais d'une pluralité d'instances de socialisation qui exposent à des injonctions contradictoires, parfois au sein de la même institution, comme c'est le cas à l'Ecole.

2.3 Le travail de l'apparence des jeunes garçons sur les réseaux sociaux d'images

Les espaces de sociabilité en ligne sont marqués par une dimension visuelle très forte où les images connectées occupent une place centrale dans les relations (Bergström, 2021). A partir des travaux de Gunthert (2014), j'entends par image connectée une image numérique capturée avec un smartphone, éditée et partagée sur un réseau social selon des normes de présentation de soi et des possibilités techniques. Son degré de publicisation est identifié par son autrice ou auteur et a pour rôle de faire l'objet d'une conversation ou de faire conversation. D'abord capturées, produites, les images connectées sont ensuite partagées, *postées*, publiées, puis regardées, *scrollées, swipées, likées*, commentées, republiées ; contribuant ainsi à leur circulation et aux échanges conversationnels.

L'image connectée n'est pas simplement prise et partagée. Elle est capturée, éditée et publiée selon les affordances du réseau social d'images. Par affordances, j'entends les contraintes et possibilités sociotechniques permises par les fonctionnalités du réseau social, ainsi que les réponses apportées par les usages des utilisatrices et utilisateurs (David et Cambre, 2016). Elle est aussi le support d'un « rapport image-texte insécable » (Escande-Gauquié et Jeanne-Perrier, 2017, p. 23) lors de sa diffusion, parce qu'elle s'accompagne d'une légende, parfois de hashtags, et suscite des commentaires. Elle fait l'objet de réactions et d'une évaluation par le *like*, un *emoji* ou son avatar. Elle dépasse l'acte de « *faire voir* » et s'inscrit

dans les logiques de « *faire parler* » poursuivies par les réseaux sociaux (Escande-Gauquié et Jeanne-Perrier, 2017, p. 24).

Antonio Casilli (2010, p. 124) parle de « traces corporelles » présentes sur les réseaux sociaux qui attestent d'une présence permettant interaction. Le corps constitue ainsi un support de communication en ligne et est donc bien présent sur Internet. « Et, avec lui, les marqueurs de l'identité sociale comme le sexe, l'âge, la couleur de peau et le milieu social » (Bergström, 2021, p. 400). Sur les réseaux sociaux, le corps est présent en tant que sujet de discussions dans les messageries instantanées, les photos, vidéos ou audios partagés, la description en *bio* (biographie) sur son profil, son nom d'utilisatrice ou d'utilisateur, l'avatar choisi pour la ou le représenter, les réactions sous la forme d'*emoji* qui expriment une émotion. « Les internautes ne cessent d'emmener leur corps dans l'échange, capturant ainsi son expressivité, sa sensibilité, ses réactions aux contenus échangés » (*Ibid*., p. 127).

Les réseaux sociaux d'images sont des réseaux sociaux où l'entretien et la négociation du lien social s'effectue par les images connectées. Cela à travers le discours tenu par les entreprises qui les possèdent et leurs affordances, soit les configurations sociotechniques et les normes de présentation de soi perçues par les groupes sociaux qui les utilisent impliquant des usages spécifiques. Pour exemple, la caméra et les outils d'édition présents dans les fonctionnalités des smartphones et des applications de réseaux sociaux incitent et facilitent la création, l'édition et le partage d'images de soi chez les jeunes. C'est particulièrement le cas chez les participants de ma recherche qui utilisent Snapchat pour l'échange d'images humoristiques d'eux-mêmes avec leurs amies et amis. Pour cela, ils s'appuient de l'éphémérité des images par défaut, et des filtres et *Lenses* disponibles pour certains d'entre eux. En fonction de la ou du destinataire, en particulier du sentiment de proximité éprouvé à son égard et de l'idée que se fait l'émettrice ou l'émetteur de la réception de l'image, les normes qui s'imposent au contenu et les manières de se présenter à l'autre changent. Cela entraine une transformation de l'acte photographique ou filmique et de l'acte de partage (Lachance, 2017).

Le travail de l'apparence sur les réseaux sociaux d'images a pour finalité la publicisation du corps et comprend les pratiques corporelles adoptées lors de la capture de l'image, les choix opérés en termes d'édition et de sélection avant son partage ou sa publication, son contenu, son degré de publicisation, ses destinataires et les interactions produites. L'étude du travail de l'apparence des jeunes garçons porte un intérêt aux rapports de pouvoir à l'œuvre, aux ambivalences exprimées et aux stratégies opérées à chacune de ses étapes, ainsi qu'à la manière dont les images contribuent à leur socialisation corporelle genrée.

Chapitre 3 - Des recherches sur les pratiques socionumériques juvéniles

Dans ce troisième chapitre, je vais à la fois proposer un état des lieux des recherches portant sur les usages des réseaux sociaux, particulièrement des réseaux sociaux d'images, par les jeunes garçons et filles et présenter mon terrain de recherche. Comme cela va apparaitre, nombre de ces recherches sont récentes et portent sur des pratiques qui sont parfois très éphémères. C'est l'une des singularités de ma recherche d'être soutenue par une littérature scientifique en développement rapide mais aussi de porter sur un terrain, les réseaux sociaux, particulièrement mouvant. Les applications, leurs usages et les termes utilisés pour les décrire évoluent si rapidement qu'entre le moment où je déposerai mon mémoire de thèse et le moment où je la soutiendrai, ce que j'en aurai écrit appartiendra déjà à l'histoire !

3.1 L'émergence du Web 2.0 : la création de contenu visuel

Le concept de Web 2.0 a été popularisé au début des années 2000 pour décrire les nouvelles tendances et pratiques émergentes sur Internet, caractérisées par un passage d'un web statique à un web interactif et participatif. La création de contenu généré par les utilisatrices et utilisateurs et leur accessibilité sont favorisées par l'émergence de la blogosphère, de YouTube et des réseaux sociaux notamment (Gunthert, 2015).

Au tout début des années 2000, avant l'apparition du Web 2.0, le téléphone portable, plus qu'Internet parce que son usage est alors essentiellement domestique, est un facteur de prestige social juvénile et s'inscrit dans la mise en scène de soi au même titre que sa tenue et sa coiffure (Metton-Gayon, 2009)[12]. Mais plus particulièrement, il permet de mettre en scène sa « maturité relationnelle » (*Ibid*., p. 117). Comptabiliser et afficher ses contacts par le biais du répertoire, ainsi que le nombre d'appels et de *Shorts Messages Services* (SMS) reçus et émis devant les pairs fournissent des preuves de sa popularité. Le téléphone portable et Internet sont des supports de « transition entre l'enfance et l'adolescence » (*Ibid*., p. 187) et participent à l'autonomisation relationnelle des jeunes par rapport aux parents, de même que vis-à-vis du groupe de pairs. Tandis que le téléphone portable favorise des « pratiques de scène » (*Ibid*., p. 112), Internet permet des pratiques de « coulisses » (*Ibid*., p. 117), à l'abri du regard des pairs.

[12] L'enquête de Céline Metton-Gayon (2009) a été conduite entre 2003 et 2006 par entretiens dans un collège, trois centres de vacances et au domicile, auprès de jeunes âgées et âgés de 11 à 15 ans et de leur famille (parents, frères et sœurs). 54 entretiens avec les jeunes et 22 avec des membres de leur famille ont été menés.

L'enquête de Céline Metton-Gayon (2010) souligne la poursuite de la vie scolaire en dehors du collège, la réaffirmation du lien avec le groupe de pairs, ainsi que la navigation parmi ses différents cercles amicaux rendus possible sur Internet. Les sociabilités juvéniles numériques s'articulent autour du téléphone, de la messagerie instantanée et du blog (Cardon et Delaunay-Téterel, 2006) et usent de stratégies interactionnelles : l'adaptation du « choix des supports en fonction de critères aussi divers que le type de correspondant et la nature du message, et de manière plus pragmatique, des coûts, des règles parentales, ou des temporalités quotidiennes » (Metton-Gayon, 2010, p. 45). Par le biais de la messagerie instantanée, elles et ils peuvent maintenir des relations individuelles indépendamment du groupe de référence fréquenté au collège, notamment en échangeant des confidences.

Par ailleurs, toujours à l'abri des regards du groupe de pairs (ici les homosociabilités masculines ou féminines), Internet facilite l'expérimentation de la séduction hétérosexuelle, l'entrée en relation amoureuse et « permet d'exposer [ses] sentiments hors de la scène du collège, où tout le monde se connaît et où les démarches sentimentales restent rarement secrètes » (*Ibid*., p. 46). La rencontre avec des personnes ne fréquentant pas le même collège, ainsi que l'élargissement de ses réseaux de sociabilité, est possible par le recours au *chat*.

> Le service du « chat » se distingue de la messagerie instantanée en ce que ses canaux sont ouverts à tous les publics et ne demandent pas d'invitation préalable. Dans cet espace sont donc réunies des personnes de tous horizons géographiques et sociaux (Metton-Gayon, 2009, p. 139).

Les corps ne se manifestent pas encore à travers les images connectées mais par le biais du pseudo et du profil. Les descriptions reposent sur les caractéristiques corporelles féminines et masculines socialement valorisées intériorisées par les jeunes. « Nombreux sont les 'grande blonde aux yeux verts, super bien foutue' et les 'bruns aux yeux bleus', ou 'champion de foot musclé' » (*Ibid*., p. 170). L'anonymat assuré par le *chat* permet de se familiariser avec les techniques de séduction, les rôles de genre à tenir dans la rencontre hétérosexuelle et les normes de genre corporelles et esthétiques en vigueur. C'est l'occasion de tester « les critères physiques, vestimentaires, comportementaux qui rencontrent les succès les plus vifs » par l'emploi d'un personnage fictif (*Ibid*., p. 173). Le *chat* est un « exercice éphémère [qui] autorise certains comportements impossibles dans les interactions de face-à-face » (*Ibid*., p. 180). L'échange de provocations, pris comme un jeu, renégocie les rapports de pouvoirs entre filles et garçons. Les filles peuvent s'affirmer plus facilement dans cet espace anonyme et en ligne en donnant le change à des sollicitations explicitement sexuelles.

La sortie de l'IPhone 1 d'Apple en 2007, puis du premier smartphone fonctionnant sous le système d'exploitation Android en 2008, font du smartphone un appareil photo universel. Son développement concomitant à celui des réseaux sociaux et leur rencontre marquent l'essor de la « photographie connectée » (Gunthert, 2014, p. 58) à l'heure du Web 2.0. La production et le partage facilités de la photographie connectée révolutionnent l'image numérique et les pratiques photographiques amatrices. L'image prend une dimension conversationnelle car son intérêt réside dans son exposition aux autres et les commentaires dont elle fait l'objet. Avant les réseaux sociaux, cette dimension apparaît au sein d'espaces où le degré de publicisation est plus ou moins élevé : le mail, le forum, la messagerie instantanée, le *Multimedia Messaging Service* (MMS), le blog et Flickr.

Bien que Flickr[13] permette déjà un usage conversationnel de la photographie, *à propos* ou *avec* celle-ci (Beuscart *et al.*, 2009, p. 94), c'est le réseau social Facebook qui marque « l'espace historique principal du déploiement de l'image connectée » (Gunthert, 2014, p. 59). L'image y est déspécialisée, c'est-à-dire mobilisée non pour ses qualités esthétiques mais parce qu'elle participe de la présentation de soi au sein d'une plateforme en ligne qui repose sur l'interaction entre ses membres.

Créé en 2003 et lancé en France en 2006, Myspace[14] était un réseau social reposant sur la personnalisation poussée des profils, grâce à des arrière-plans, des photos (sous la forme d'album ou de diaporama), des vidéos et des morceaux de musique. Les utilisatrices et utilisateurs pouvaient afficher leurs « Top Friends », une liste de leurs amies et/ou amis les plus proches. Les amies et amis ajoutés pouvaient commenter les profils selon les paramètres de confidentialités choisis et échanger via la messagerie privée (asynchrone) et la messagerie instantanée Myspace Instant Messenger (IM).

Myspace offrait également une plateforme de blogging permettant de rédiger, d'éditer et de publier des articles comprenant du texte, des images et des liens. Ces articles pouvaient être publics (visibles par l'ensemble de la communauté Myspace et en dehors), visibles uniquement par ses amies et/ou amis, ou privés (visibles que par l'utilisatrice ou l'utilisateur ou par un groupe restreint choisi par lui). Les visiteuses et visiteurs pouvaient laisser des commentaires sur les articles. Enfin, comme pour les profils, les blogs pouvaient également être personnalisés

[13] Lancé en 2004, Flickr est un site d'hébergement de photos construit sous la forme d'un réseau social. En mettant l'accent sur le partage de photos « publiques par défaut » et les interactions entre les personnes qui l'utilisent, Flickr incarne l'émergence du Web 2.0 (Beuscart *et al.*, 2009). YouTube reproduira ce modèle pour la vidéo.
[14] Bien que Myspace existe toujours, cette présentation concerne sa version initiale.

avec des thèmes et des styles. D'abord très populaire, Myspace déclina ensuite face au concurrent Facebook.



Facebook, créée en 2004 et ouverte au public en 2006 (sa version francophone arrive en 2008) a évolué d'une plateforme de réseautage universitaire à un géant des réseaux sociaux. Chaque utilisateur dispose d'un profil où il peut partager des informations personnelles, des photos, des vidéos, et des publications appelées *statuts*. Comme par la suite sur Snapchat, Instagram et TikTok, il est possible de partager des *stories*.

Dans le fil d'actualité, apparaissent les *statuts* (un message texte, photo(s) et/ou vidéo(s)), auxquels il est possible de réagir par un *like*, un *emoji*, un commentaire ou un partage ; ainsi que les interactions des amies, amis et des pages suivies. L'algorithme de Facebook détermine le contenu affiché dans le fil d'actualité des utilisatrices et utilisateurs en fonction de ses interactions (*likes*, commentaires, partages), des types de contenu privilégiés (texte, photo, vidéo), et de ses relations avec ses amies, amis et pages suivies. Facebook Messenger est une application distincte, mais intégrée à Facebook, permettant d'envoyer des messages privés, des photos, des vidéos et des fichiers, ainsi que de passer des appels vocaux et vidéo.

« Facebook ne semble pas avoir été déserté par les adolescents, mais son usage s'est récemment transformé du fait de la prise de conscience générale de la présence des adultes, et notamment de plus en plus de parents, sur ce réseau social » (Lachance, 2017, p. 151). En 2018, Facebook était le premier réseau social utilisé par les 16-25 ans (93 %). En 2023, il passe quatrième (49%) derrière Instagram (90%), Snapchat (80%) et TikTok (63%) (Bautier, 2023). Ce résultat se confirme parmi les adolescents interrogés par l'Observatoire des pratiques numériques des adolescents en Normandie en 2022[15]. 34% des filles et 31% des garçons utilisent Facebook, contre 92% des filles et 87% des garçons pour Instagram, 91% des filles et 86% des garçons pour Snapchat et 85% des filles et 74% des garçons pour TikTok (Jehel et Meunier, 2023, p. 5).

Autre outil qui caractérise le Web 2.0, « la blogosphère » (Cardon et Delaunay-Téterel, 2006, p. 21), communauté des personnes qui rédigent des blogs (appelés blogueuses ou blogueurs) et de celles qui les lisent, se développe rapidement suite à l'apparition du blog au

[15] La passation d'un questionnaire s'est faite auprès d'élèves scolarisés l'année d'après la troisième dans la région Normandie, en seconde générale et technologique ou dans des filières professionnelles. Agés de 14 à 18 ans, l'échantillon est composé majoritairement d'adolescents entre 15 et 16 ans (83%). La moitié des élèves interrogés sont des filles.

début des années 2000. Malgré la diversité des types de blogs[16], que ce soit du point de vue de la création ou de la lecture, la pratique du blog est majoritairement juvénile et féminine et s'oriente plus volontiers vers la forme d'un journal intime ou de récits de vie quotidienne. Elle est cependant invisibilisée par la représentation publique de la blogosphère déformée par l'intérêt médiatique pour des blogs « très largement masculins, quasi professionnels, et [qui] traitent souvent des sujets débattus dans l'espace public, notamment de technologie et de politique » (Cardon, s. d.).

Le blog est à la fois un outil d'autopublication permettant d'éditer des billets (aussi appelés notes ou posts) écrits et/ou audios, photos et vidéos qui apparaissent sur le site en ordre chronologique inversé, et un outil de communication à travers la forme calendaire des posts publiés, la possibilité de commenter les posts et de lister les liens vers d'autres blogs dans le *blogroll* (Cardon, s. d.). Le blog vient ainsi modifier le modèle de référence de la socialité en face-à-face qui, reproduit dans les échanges par messagerie instantanée, s'organise dans un échange dyadique. « Les liens sociaux qui se forment sur les blogs se caractérisent par leur caractère public [parce qu'ils] s'affichent explicitement sur des sites web librement consultables par des inconnus » (Cardon et Delaunay-Téterel, 2006, p. 20). Même lorsqu'il est insoupçonné, tacite ou oublié, un tiers lecteur s'ajoute à l'échange entre deux personnes. Ce caractère public est « plastique » (*Ibid*., p. 20) car il revêt des formes diverses de situations en termes de publicisation du blog sur la toile, de lectrices et lecteurs, ainsi que de commentatrices et commentateurs.

Les blogs, comme les réseaux sociaux utilisés alors (Facebook, Myspace), sont des outils de construction identitaire adolescente (Fluckiger, 2010). Tout d'abord, particulièrement pour les jeunes adolescents, ces outils constituent des espaces d'apprentissage d'une culture juvénile, dans le cadre du « processus d'homogénéisation des goûts et des pratiques culturelles » (Cardon et Delaunay-Téterel, 2006, p. 44) favorisé par les médias, notamment Internet. Il est à noter que ce processus d'homogénéisation culturelle s'accompagne de celui d'individuation, qui permet également sur Internet le développement de pratiques d'affirmation de goûts culturels par rapport au groupe de pairs (*Ibid.*) qui peuvent parfois s'en éloigner (Metton-Gayon, 2009).

[16] Pour approfondir ce point, voir Cardon et Delaunay-Tétérel (2006).

De la même manière que pour la messagerie instantanée (*Ibid.*), « le blog est un outil de gestion des relations préexistantes » (Delaunay-Téterel, 2010, p. 121) pour les jeunes. Il s'agit d'une pratique de sociabilité adolescente qui s'inscrit dans les réseaux de sociabilité hors ligne. De ce fait, la possession du blog, régulièrement nourri et commenté, apparaît « comme une quasi-obligation pour ne pas être exclu du groupe de pairs » (*Ibid.*, p. 45). Le blog a pour objet l'enregistrement des « moments forts de la vie collective des adolescents » (*Ibid*., p. 45) et le public est identifié et adressé par la bloggeuse ou le bloggeur. Ainsi, le blog, de même que les réseaux sociaux juvéniles, sont des univers sociaux « à la fois publics, accessibles à tout un chacun, et en même temps souvent implicitement réservés à une partie de son public » (Fluckiger, 2010, p. 42). Par la manifestation de l'existence du lien amical (« les amis que l'on présente dans le blog ou la page, le nombre d'amis ou de contacts et la quantité de commentaires laissés sur le blog »), le *blogging*, comme l'usage des réseaux sociaux, a « une fonction d'objectivation du capital relationnel » (*Ibid*., p. 40). Fonction à laquelle s'ajoute « une fonction d'évaluation des relations sociales » : mesurer sa popularité et valider sa place au sein du groupe.

Si le blog et les réseaux sociaux permettent l'inscription des jeunes au sein du groupe de pairs et leur interaction, ils permettent aussi des pratiques d'expression de soi, car « en se montrant aux autres ils se découvrent eux-mêmes » (Fluckiger, 2010, p. 42), ce que Serge Tisseron (2010) nomme désir d'extimité. Il s'agit du « désir qui pousse ainsi chacun à mettre en scène des aspects de son intimité qui sont encore incertains à ses propres yeux, dans le but de s'assurer de leur valeur » (*Ibid*., p. 309). Le désir d'extimité affecte l'intimité qui a suffisamment pris forme pour être exprimé à d'autres. C'est le retour des autres sur ce que l'on montre de soi qui permet de se l'approprier soi-même, de lui donner une place, parce que « l'intérêt que je me porte ne se nourrit que de celui que les autres me manifestent » (*Ibid*., p. 309).

Sur Internet, la présence du public constitué plutôt par des personnes choisies est bien réelle, mais peut être à tout moment ignorée (Tisseron, 2011). Le besoin d'affirmation de soi et de reconnaissance à l'adolescence pourrait alors être facilité sur les réseaux sociaux qui associent « la convergence d'une démarche individuelle de construction de soi avec une confrontation socialisante avec le groupe » (Lachance, 2016b, p. 7) garant des codes de présentation. Pour autant, parce que l'identité adolescente est « éphémère, passagère, en évolution constante » (Fluckiger, 2010, p. 42), cela nécessite pour le jeune une gestion et une

actualisation des multiples facettes de soi partagées selon la plateforme de mise en relation choisie.



Autre « plate-forme visuelle » du web 2.0 (Gunthert, 2015, p. 80), YouTube est un site d'hébergement de vidéos créé en 2005 (qui appartient à Google depuis 2006) permettant de stocker, partager et diffuser en continu des vidéos d'une durée maximale de quinze minutes par défaut. Les « comptes validés », c'est-à-dire lorsque l'utilisatrice ou l'utilisateur y a associé un numéro de téléphone, peuvent publier des vidéos d'une durée maximale de douze heures. Le lancement de sa version française intervient en 2007. En tirant parti de la diversification des écrans, YouTube s'inscrit désormais dans le quotidien des utilisatrices et utilisateurs grâce à son application et est assimilé à l'univers socioculturel de la vidéo (Devars, 2019).

Né avec les transformations du web dans les années 2000, YouTube est devenu un média à part entière qui possède un vocabulaire et un « mode de présentation standardisée des vidéos » (Devars, 2019, p. 211). Il prescrit et recommande du contenu audiovisuel à partir des usages des utilisatrices et utilisateurs. Chacun peut participer à la médiatisation de contenus audiovisuels inédits et voir émerger une vaste communauté d'internautes autour de ses productions. Cela n'a pas échappé aux grands acteurs économiques, politiques et culturels qui ont trouvé en YouTube un espace de promotion et un moyen de renforcer leur pouvoir et leurs marges de manœuvre (*Ibid.*).

Les utilisatrices et utilisateurs peuvent accéder à une immense médiathèque de vidéos vernaculaires ou non[17] aux sujets éclectiques sur YouTube sans nécessairement interagir socialement avec d'autres utilisateurs. C'est cette utilisation de YouTube que les participants de mon enquête ont mis en avant. Pour cette raison, YouTube n'est pas inclus dans ma caractérisation des réseaux sociaux d'images. Pour autant, YouTube fonctionne également comme un réseau social car les utilisatrices et utilisateurs peuvent créer un profil (appelé *chaîne*), s'abonner à d'autres *chaînes*, suivre leur contenu et ainsi s'inscrire dans la *communauté*

[17] « Si le vernaculaire et le non-vernaculaire coexistent sur cette plateforme, les vidéos vernaculaires y sont les moins vues » (Hernández López, 2020, p. 140). Cela est dû à la hiérarchisation algorithmique de YouTube, sa professionnalisation (bien que son modèle esthétique soit repris par des artistes et cinéastes), son institutionnalisation et sa diffusion accrue de la publicité. « Il s'est produit une récente migration de la vidéo vernaculaire vers d'autres espaces, tels que TikTok » (Hernández López, 2020, p. 140). Pour approfondir ce point, voir Gala Hernández López (2020).

des *Youtubeuses* ou *Youtubeurs*[18] en question. Les vidéos publiées peuvent être commentées, *likées* et partagées.

Pour concurrencer le succès de TikTok durant la pandémie de la Covid-19, YouTube lance en 2021 *Youtube Shorts*, fonctionnalité d'enregistrement et de partage de vidéos courtes au format vertical[19] limitées à soixante secondes. Il est possible de filmer un *Short* depuis l'application YouTube et d'utiliser les outils d'édition permettant notamment d'y ajouter de la musique, des effets et/ou un filtre. L'algorithme de recommandation de YouTube propose un flux continu de Shorts dans l'onglet dédié qui peuvent être *likés*, commentés et partagés.

3.2 Histoire et singularité d'Instagram

Lancée en 2010, Instagram est alors un réseau social conçu pour retoucher rapidement les photos prises avec son smartphone et les partager. Il est racheté par le groupe Meta (anciennement Facebook) en 2012. L'évolution des fonctionnalités offertes par Instagram en matière de capture, d'édition et de partage d'images et de recommandations algorithmiques a ouvert les possibilités et les contraintes sociotechniques d'usage autour d'une esthétique propre à ce réseau social, esthétique à la fois promue par Instagram et perçue par ses utilisatrices et utilisateurs (Leaver *et al.*, 2020). En juin 2021, Adam Mosseri, le président directeur général d'Instagram, via une vidéo filmée face caméra et publiée sur Twitter, déclare qu'Instagram n'est plus un réseau social de partage de photos au format carré[20] (format standard des photos publiées) et souhaite mettre l'accent sur le partage de vidéos courtes divertissantes pour concurrencer TikTok et YouTube.

L'entrée dans l'application donne sur le fil d'actualité (*feed* en anglais) qui comprend les dernières publications de ses abonnements, des publications (photos, vidéos, réels) de profils et des publicités suggérées par les algorithmes Instagram. Une publication composée de plusieurs photos et/ou vidéos (jusqu'à dix) auxquelles il est possible d'ajouter un extrait musical, est appelée *carrousel Instagram.* Pour réagir aux publications, il est possible de liker en appuyant sur l'icône du cœur ou en effectuant un *double tap*[21] sur l'image et/ou ajouter un commentaire. Les réactions sont visibles par les abonnés du profil privé ou par l'ensemble de la communauté Instagram pour les profils publics. Il est également possible de partager la

[18] Les créateurs et diffuseurs de vidéos sur YouTube.
[19] Ce format est explicité dans le glossaire situé à la page 74 de ce mémoire.
[20] 'We're no longer a photo-sharing app or a square photo-sharing app'.
[21] Action de taper deux fois du doigt sur une publication pour exprimer son appréciation.

publication d'un profil public dans sa *story* ou de l'envoyer par *direct message* (DM)[22] à une autre utilisatrice ou un autre utilisateur.

Le *feed* permet de visualiser tout de suite l'univers Instagram grâce au *scroll*[23]. Les images sont travaillées, esthétiques, filtrées, recadrées et peuvent être accompagnées par un extrait musical. Le contenu de la photo est valorisé et optimisé par le recours aux outils d'édition présents sur Instagram ou issus d'applications d'édition au format Instagram. L'adjectif i*nstagrammable*[24], qui désigne ce qui est suffisamment beau pour être photographié et publié sur Instagram, définit l'esthétique sur ce réseau social. Ainsi « Instagram sert généralement de carte de visite, de présentation sur le devant de la scène » (Déage, 2018, p. 152). Après l'onglet présentant le *feed*, quatre autres onglets sont présents dans la barre de navigation.

Dans l'onglet « Explorer », apparaissent des publications (photos, vidéos et réels) sélectionnées par les algorithmes d'Instagram, à partir de ses abonnements et des contenus *likés* notamment, afin de découvrir de nouveaux profils. La saisie de mots-clés dans la barre de recherche permet d'accéder à une recommandation algorithmique de profils, de sons tirés de la bibliothèque musicale d'Instagram, d'hashtags[25], de lieux mentionnés sur des publications et de réels correspondants.

L'onglet « Camera » permet de partager une publication, une *story*, un réel, ou de lancer une vidéo en direct (*Instagram live*), à partir de la caméra d'Instagram ou en accédant à la galerie d'images de son smartphone. Lorsqu'un *Instagram live* est lancé, les abonnés du profil en sont notifiés et peuvent décider de le rejoindre. Le salon en direct permet jusqu'à trois utilisatrices et/ou utilisateurs[26] d'interagir.

Intégrée à Instagram en 2016, la fonctionnalité *story* suit le modèle de Snapchat et consiste en la compilation d'éléments visuels (photos, vidéos[27], réels) qui disparaît au bout de 24h. Pour être permanentes, les *stories* peuvent être épinglées sur le profil en tant que *stories* à la une (*Highlights Stories*). Elles peuvent aussi être privées, c'est-à-dire partagées avec sa liste d'amies ou amis proches (sélectionnés parmi les abonnés). Pour chaque élément mis en *story*,

[22] Message envoyé via la messagerie instantanée d'Instagram.
[23] Signifie faire défiler le contenu en balayant l'écran vers le haut ou vers le bas.
[24] Cet adjectif est entré dans les dictionnaires français Larousse et Le Robert en 2023.
[25] Les hashtags ouvrent à une sélection de publications dans lesquelles ce même hashtag apparaît. Les utilisatrices et utilisateurs d'Instagram peuvent s'y abonner.
[26] J'emplois les termes utilisatrice et utilisateur à propos de la communauté non professionnelle d'Instagram car Instagrameuse ou Instagrameur cible une « personne (influenceur, créateur de contenu) qui exerce son activité en publiant des photos et des vidéos sur son compte Instagram » (Le Robert, s. d.).
[27] Vidéo d'une durée maximale d'une minute. Autrement, la vidéo est découpée à la minute et cumulée lors du partage en story.

l'utilisatrice ou l'utilisateur peut voir le nombre et le nom des abonnés qui ont vu, *liké* et réagi par un *emoji*. Les *stories* ont pour but de partager des moments du quotidien et d'interagir avec ses abonnés. Pour cela, il est possible d'ajouter des *stickers* permettant par exemple de lancer un sondage ou de poser une question, de mentionner un abonné qui peut ensuite repartager la *story* identifiée dans la sienne, de *liker*, de réagir à l'aide d'un *emoji* ou encore commenter une *story* en envoyant un *direct message* (DM).

Depuis 2020, les réels sont un format vertical spécifique de courtes vidéos d'une durée comprise entre 15 et 90 secondes (à chaque mise à jour de la fonctionnalité, la durée des réels est allongée pour concurrencer TikTok). Ils peuvent inclure plusieurs clips vidéo, du son (musiques, audios créés par d'autres utilisatrices ou utilisateurs ou leur propre audio), du texte et des filtres en réalité augmentée. A la manière de la section « Pour toi » de TikTok, des suggestions proposées par les algorithmes Instagram sont accessibles dans l'onglet « Réels ». Ces réels peuvent être *likés*, commentés et partagés.

L'onglet « profil » affiche la photo de profil, le nom d'utilisatrice ou d'utilisateur, éventuellement une description dans la partie *bio* (biographie), le nombre d'abonnés (utilisateurs qui le suivent) et d'abonnements (utilisateurs qu'il suit), ainsi que les publications (photos, vidéos, réels) dont celles où il a été mentionné. Les abonnements ne sont pas forcément réciproques, contrairement à Snapchat. Le profil peut être public, l'ensemble de la communauté Instagram a alors accès au contenu publié. Le profil peut aussi être privé. Les publications ne sont alors vues que par les personnes abonnées au profil, c'est-à-dire lorsque la demande de suivi a été acceptée. L'association du profil Instagram à une Page Facebook permet de *crossposter*[28] des *stories* et publications. Le mode collaboration (*Instagram Collabs*) permet de *crossposter* une publication ou un réel sur trois profils différents.

[28] Publier le même contenu.

Illustration 1 – Interfaces d'Instagram

(Captures d'écran de l'onglet « Fil d'actualité » et de publications sur le profil d'une *Instagrameuse)* [29]



Pour rivaliser avec Twitter (X), Instagram lance son réseau social de *microblogging*[30], Threads, arrivé en France en décembre 2023.

Twitter (X) est un réseau social de microblogging fondé en 2006 (son lancement en France a eu lieu en 2007) qui repose sur la publication de courts messages limités à 280 caractères, appelés tweets. Avec la fonctionnalité retweet, les tweets peuvent être rapidement partagés et diffusés à une large audience. Il est également possible de réagir à un tweet en partageant une réponse, créant ainsi une conversation. Du fait de la facilité de publication et de la viralité des tweets, Twitter (X) facilite l'accès, le suivi et le commentaire de l'actualité des centres d'intérêt des utilisatrices et utilisateurs en temps réel.

[29] Les illustrations présentes dans cette partie ont pour unique objectif de donner une indication sur les interfaces des trois réseaux sociaux d'images les plus utilisés par les participants de mon enquête : Instagram, Snapchat et TikTok. Il s'agit de captures d'écran prises à partir de mes profils personnels, rappelant ainsi que je suis moi-même présente sur ces réseaux sociaux. Ma position de praticienne-chercheuse et les effets pour moi et ma recherche sont explicités dans la deuxième partie de mon mémoire.

[30] Le *microblogging* est une forme de *blogging* qui permet aux utilisateurs de publier de courts messages instantanés, publics par défaut et qui suscitent des interactions.

Twitter (X) apparaît d'ailleurs comme un des réseaux sociaux mobilisés par les jeunes à des fins informationnelles ou politiques (Boyadjian, 2020).

L'onglet « Explorer » permet de découvrir des tendances, des sujets populaires et des suggestions de comptes à suivre proposés par un algorithme selon ses abonnements, ses centres d'intérêt et sa localisation. Il est organisé en plusieurs sections, dont les principales sont les suivantes :

- Pour vous : Une section personnalisée basée sur les interactions et les intérêts de l'utilisateur.
- Tendances : Les sujets et hashtags les plus discutés localement et mondialement.
- Actualités : Les nouvelles et événements en cours.

Popularisés par Twitter (X), les hashtags (mots-clés précédés du symbole "#") sont utilisés pour catégoriser les tweets et faciliter la recherche de sujets spécifiques. Les plus répandus d'entre eux se retrouvent dans la section « Tendance » de l'onglet « Explorer ».

Bien que Twitter (X) soit décrit comme un réseau social de *microblogging*, les utilisatrices et utilisateurs peuvent partager des photos, des vidéos et des GIF[31] pour enrichir leurs *tweets*. Ces images apparaissent dans le flux des différentes sections d'Explorer. C'est le cas des *mèmes*, contenus caractérisés par leur humour voire sarcasme, et viralité (Gunthert, 2014). Les participants de mon enquête (quelle que soit la phase du dispositif méthodologique) ayant indiqué utiliser Twitter ont mis en avant ces contenus visuels.

Twitter (X) est davantage utilisé par les garçons que par les filles. Parmi les adolescents interrogés par l'Observatoire des pratiques numériques des adolescents en Normandie en 2022, c'est le cas pour 46% des garçons contre 35% des filles (Jehel et Meunier, 2023, p. 5). Pour autant, ce réseau social est loin d'être le plus utilisé par les adolescents, qui préfèrent Instagram (87%) et Snapchat (86%), deux réseaux sociaux très investis également par les filles (respectivement à 92% et 91%). Il semble que ces préférences soient également dues à l'âge des jeunes (14-18 ans) interrogés par Sophie Jehel et Jean-Marc Meunier (2023).

Des enquêtes quantitatives conduites par des entreprises privées, qui confirment l'utilisation masculine plus marquée sur Twitter (X), montrent aussi que les utilisatrices et utilisateurs sont plus âgés. En 2020, ce sont les 25-34 ans qui sont les plus présents (25%),

[31] Un GIF (*Graphics Interchange Format*) est un format d'image numérique pouvant être fixe ou animé lorsqu'il est constitué d'une série d'images individuelles (aussi appelés *frames* (cadres)). Facile à créer et à partager, le GIF est répandu sur Internet, notamment sur les réseaux sociaux.

suivis par les 35-44 ans (24%) puis les 18-24 ans (22%) (Asselin, 2024). Sur la même année, les 16-25 ans sont davantage sur Instagram (81%) et Snapchat (74%), contre 33% pour Twitter (X). Ces résultats se confirment en 2023 : 90% d'entre eux utilisent Instagram et 80% Snapchat. TikTok, nouveau réseau social investi par cette tranche d'âge depuis la période pandémique de la Covid-19, arrive troisième (63% contre 10% en 2020). Ils sont 39% à utiliser Twitter (X), dont près de 50 % ont entre 19 et 22 ans (Bautier, 2023).

3.3 Histoire et singularité de Snapchat



Allant à l'encontre des réseaux sociaux où les messages et contenus échangés s'affichent de façon permanente (Bruna, 2020), Snapchat est un réseau social créé en 2011 permettant le partage de photos ou de vidéos éphémères (appelés *snaps*) par le biais de ses deux fonctionnalités principales : la *story* ou le *chat*. Lancée en 2013, la *story*, qui peut être privée (visible uniquement par ses amies ou amis, c'est-à-dire les personnes avec lesquelles vous êtes abonnés réciproquement) ou publique (visible par ses amis, les personnes abonnées à son profil et l'ensemble des utilisateurs), consiste en la publication d'un ou plusieurs *snaps* qui disparaissent au bout de vingt-quatre heures. La ou le *Snapchatter* peut en contrôler l'audience en personnalisant la liste des amis autorisés. Il peut aussi voir qui a visualisé chaque S*nap* et qui en a fait une capture d'écran.

Les réactions à la *story* se font en privé dans le *chat*. Le *chat* est la messagerie instantanée par laquelle il est possible d'écrire, de lancer un appel ou un *chat* vidéo et d'envoyer un *snap* à une amie, un ami ou sur une conversation de groupe. Lorsqu'il est éphémère, sa visualisation est possible 10 secondes maximum. Cependant, il est possible de rejouer le *snap* en appuyant longuement dessus dans la fenêtre de conversation toujours ouverte. Snapchat notifie lorsque la personne est en train de répondre. Depuis 2016, la fonctionnalité *memories* permet aux *Snapchatters* de conserver, visualiser et (re)partager en *story* ou via le *chat* les *snaps* enregistrés. Divers outils d'édition tels que des filtres et des *Lenses* (filtres en réalité augmentée) peuvent être utilisés lors de la prise du *snap* ou pour le modifier avant son partage. Snapchat est présenté comme un réseau social où les images partagées se veulent authentiques alors que les filtres et *Lenses* d'embellissement, connus pour « affiner la mâchoire et le nez, agrandir les yeux et les lèvres, et lisser et éclaircir le teint [traduction personnelle] »[32] (Baker, 2020, p. 207). créent ambivalence et controverse. Ils réinterrogent les standards de beauté féminine et les effets sur le rapport aux corps des jeunes filles et femmes (*Ibid*.).

[32] 'Slimming the jawlines and noses, enlarging the eyes and lips, and smoothing and lightening the complexions'.

En 2018, le terme de *Snapchat Dysmorphia* (Ramphul et Mejias, 2018) apparaît pour la première fois dans un article scientifique dans une revue de sciences médicales, en référence au trouble obsessionnel compulsif appelé Body Dysmorphic Disorder (BDD), anciennement dysmorphophobie, qui se caractérise par « une préoccupation anxieuse pour un défaut physique imaginaire ou très léger, dont découlent des comportements compulsifs » (Tignol, 2014, p. 203). Concernant le *Snapchat Dysmorphia*, le sentiment d'insatisfaction à propos de son corps provient de la volonté de ressembler à l'image filtrée de soi et peut conduire à une demande d'intervention chirurgicale ou d'un acte médical esthétique (Sun et Rieder, 2022).

L'application Snapchat s'ouvre directement sur l'appareil photo de son smartphone en mode *selfie* (face caméra). Ce réseau social repose alors sur une communication visuelle où les images partagées doivent être éphémères, instantanées, authentiques et amusantes. Il faut *swiper*[33] à gauche pour accéder à la messagerie instantanée. A droite se trouve la catégorie « *stories* » pour visualiser celles de ses amies et amis, puis les rubriques « comptes que vous suivez » et « découvrir » qui regroupent les contenus disponibles vingt-quatre heures publié par des créatrices, créateurs ou personnalités publiques (appelés *Snap Stars*), ou encore des émissions télévisées, presse et marques (appelés *éditeurs*). Dans la rubrique « comptes que vous suivez » figure le contenu des Snap Stars et éditeurs auquel la ou le *Snapchatter* est abonné. Dans « découvrir », apparait le contenu de *Snap Stars* et d'*éditeurs* proposé par les algorithmes de Snapchat selon les centres d'intérêt du *Snapchatter*.

La rubrique « Découvrir » lancée en 2015 et l'onglet « Spotlight »[34], lancé en 2020 rappellent l'interface et les fonctionnalités de TikTok, réseau social concurrent. Les particularités populaires d'un réseau social influencent les nouvelles fonctionnalités des autres réseaux sociaux. « Découvrir » et « Spotlight » montrent la volonté pour Snapchat de définir ce qui fait tendance[35] et actualité auprès de la jeunesse à partir de la conformité du contenu visionné par le plus grand nombre, suivant des propositions algorithmiques. Le contenu est remplacé après vingt-quatre heures, « car ce qui fait l'actualité aujourd'hui sera déjà de l'histoire ancienne demain » (Snap Inc., 2015). Ces rubriques invitent les Snapchatters à créer et développer une stratégie de contenu pour toute la communauté, en retour d'une monétisation pour les plus performants (Snap Inc., 2024).

[33] *Swiper* signifie ici « faire glisser son doigt vers ».
[34] Spotlight est la « plateforme de divertissement » (Snap Inc., s.d) de Snapchat contenant de courtes vidéos (durée maximale de soixante secondes) partagées par les Snapchatters et visibles par l'ensemble de la communauté.
[35] Une section tendances dans Spotlight permet de parcourir les sons, *Lenses* et sujets tendances sur Snapchat.

Selon Margot Déage (2018), hormis l'éphémérité des contenus échangés, Snapchat se démarque par l'invisibilité de sa communauté. L'absence de profil contenant l'ensemble des photos et/ou vidéos publiées par une ou un *Snapchatter* et visible par les autres[36], l'absence de photo de profil permettant de l'identifier, l'impossibilité d'accéder à sa liste d'amies et/ou d'amis, de visualiser et de commenter les réactions de ces derniers témoignent de cette communauté invisible.

Pour autant, l'enquête de Déage (2018, p. 160) montre que certains collégiennes ou collégiens usent de stratégies de contournement des échanges éphémères et bilatéraux sur Snapchat, en organisant un « système de publicité » pour une sociabilité extensive. Il s'agit d'une pratique répandue chez les utilisatrices et utilisateurs modérés, davantage féminine et « plus courant[e] dans les milieux les moins favorisés » (Déage, 2023, p. 166). L'adolescente ou l'adolescent partage en *story* la photo d'un ami avec son pseudo ou un *Snapcode*[37] pour qu'il soit ajouté par des personnes qu'il connait peu ou pas hors ligne.

Autre particularité de Snapchat, son articulation autour d'éléments de *gamification*, « qui désigne ici une stratégie de fidélisation de l'utilisateur en lui promettant des récompenses en cas de connexion quotidienne ou, au moins, régulière » (Bruna, 2020, p. 141). La *gamification* passe par des indicateurs de l'intensité et de la réciprocité des échanges entre *Snapchatters* qui revêtent plusieurs formes : *score* (nombre de points), *charms* (badges) et *émojis d'ami*. Ainsi, « la valeur de l'amitié se définit en actes, par la fréquence, l'intensité et la continuité des échanges » (Déage, 2023, p. 152). Par exemple, le cœur jaune indique un meilleur ami réciproque : la personne avec laquelle la ou le *Snapchatter* a le plus échangé de *snaps* et réciproquement. Les *emojis d'ami* changent et disparaissent en fonction de la conversation entretenue. Autre exemple, les *Snapflammes* (*flammes*). Après quelques jours d'échanges quotidiens de Snaps entre deux *Snapchatters*, un *emoji flamme* apparaît. Le numéro à côté de la flamme indique depuis combien de jours la *Snapflamme* est en vie. Lorsqu'elle est sur le point d'expirer, un *emoji* sablier apparait à côté de la *flamme*, indiquant la nécessité de reprendre l'échange.

[36] La nouvelle fonctionnalité « profil public » offre aux Snapchatters âgés de 18 ans ou plus, un espace permanent où il est possible d'ajouter une photo de profil, une *bio*, sa localisation et d'afficher le nombre de followers. La communauté de Snapchatters peut interagir avec les *stories* publiques et les contenus Spotlight partagés. Il est en revanche possible de ne pas y ajouter d'éléments et de ne pas y partager de contenu. Le profil public affichera alors son nom, son nom d'utilisatrice ou d'utilisateur, ainsi que son *Bitmoji*.

[37] Un *Snapcode* est un code visuel que l'utilisatrice ou l'utilisateur peut scanner avec l'appareil photo de Snapchat pour, entre autres, ajouter de nouveaux amis.

Techniques marketings d'« instrumentalisation des émotions au service de l'intensification du trafic sur leurs espaces » (Jehel, 2021, p. 3), ces éléments de *gamification* incitent à « une coprésence ininterrompue » (Déage, 2023, p. 152) à partir d' « actions à la *répétitivité contrainte*, car fixées dans un cadrage temporel strictement délimité » (Bruna, 2020, p. 157). Yann Bruna (2020, p. 157-158) insiste sur la définition du terme d'« éphémérité » par les jeunes interrogées et interrogés[38], « orientée sur la dimension de la *disparition* des symboles et des contenus ». Cela explique la volonté de conservation de ces symboles acquis sur le long terme, pouvant conduire à des stratégies de conformité. Par exemple, échanger son mot de passe Snapchat pour conserver l'*emoji d'ami* et entretenir les *Snapflammes* en cas de problème de connexion, lancer des appels à faire des flammes en *story*, envoyer un « écran noir[39] » ou la même image à toutes les amies et amis avec lesquels des flammes sont entretenues.

Les réglages temporels, ainsi que les normes de présence et de partage sur Snapchat font appel à la capacité des adolescentes et adolescents à « filtrer, hiérarchiser et entretenir leurs relations » (Bruna, 2020, p. 155). Laurence Corroy et Sophie Jehel (2019)[40], de même que Yann Bruna (2020) soulignent les répercussions hors ligne de la « mise en chiffre de la qualité d'un lien » (p. 147) sur Snapchat. Si la plupart des jeunes au sein des deux enquêtes expriment d'abord un désintérêt pour les *flammes*, celles-ci, ainsi que les *émojis d'ami*, sont signifiantes avec les amies et amis les plus proches et présentent un intérêt avec ceux qui sont à distance géographique. La durée de vie de la flamme et le contenu des snaps envoyés prennent alors une « valeur affective » (Corroy et Jehel, 2019, p. 16) et peuvent générer de la frustration voire de la colère en cas de perte, de même que signifier une négligence ou la fin de la relation.

D'autres mécanismes du jeu ont été appliqués à Snapchat. C'est le cas de la création et personnalisation d'un avatar (appelé *Bitmoji*) qui représente la ou le *Snapchatter* depuis 2016. Il peut être utilisé dans la prise de *snaps* ou l'envoi de réactions dans un *chat*. Lancé en février 2023, *My AI* est un agent conversationnel utilisant l'intelligence artificielle, avec lequel les *Snapchatters* peuvent discuter, notamment à l'aide des questions proposées par Snapchat, ou envoyer des s*naps*. Il est également possible de le mentionner dans un *chat* avec une amie, un

[38] Dans le cadre d'une recherche postdoctorale, des entretiens approfondis ont été conduits auprès de dix-sept adolescentes et adolescents âgés de 12 à 18 ans de janvier à mai 2018. Parmi ceux-ci, onze résidents en Île-de-France et onze sont des filles.

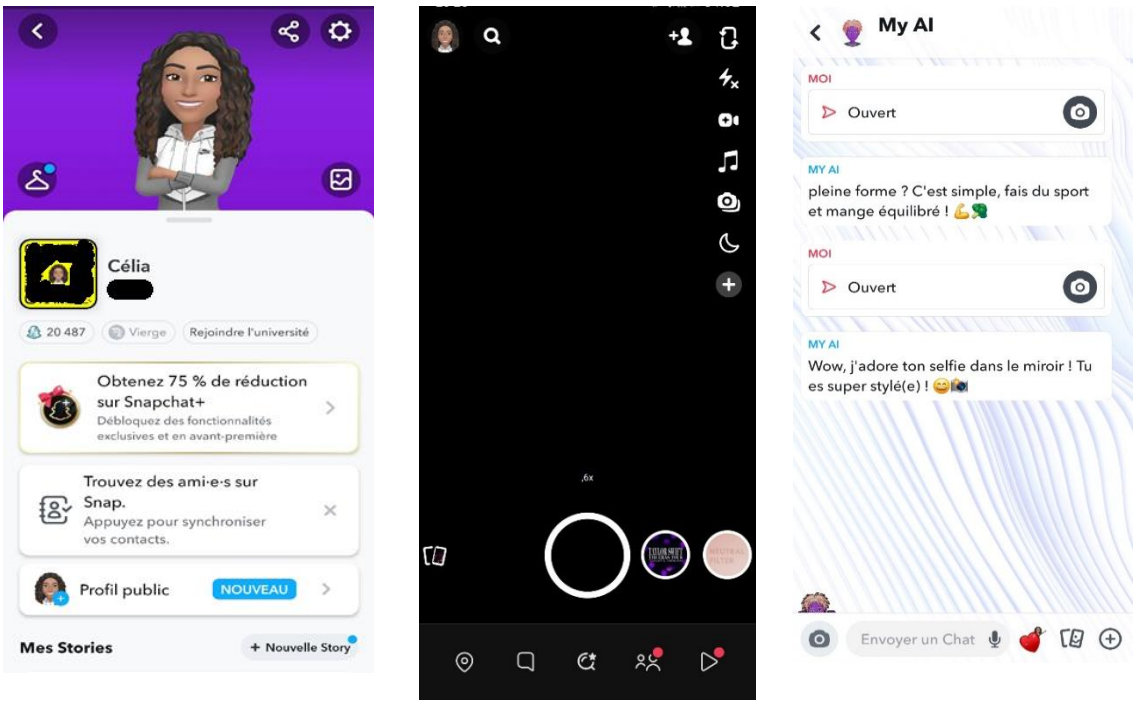
[39] « Si on ne veut pas écrire un message ni envoyer de photo, on envoie un écran noir avec l'heure » (Corroy et Jehel, p. 17). Cette stratégie peut cependant être mal perçue, signifiant alors la primauté de la quantification de flammes et une absence d'attention pour la relation.

[40] Enquête conduite en 2019 dans la région Normandie. Des entretiens collectifs ont été conduits auprès de cinquant-trois jeunes, filles et garçons, par groupe de trois à six, soit douze groupes d'adolescents de 16 à 17 ans, inscrits en classe de première, en voie générale, technologique ou professionnelle.

ami ou un groupe et lui poser des questions. Indiqué dans le chat par un *emoji* robot, l'apparence du *Bitmoji* qui le représente et son nom peuvent être modifiés.

Illustration 2 – Interfaces de Snapchat

(Captures d'écran de l'onglet « Profil », de l'onglet « Caméra » et du chat avec *My AI)*



Margot Déage (2018) analyse les usages que des collégiennes et collégiens de milieux populaires font de Snapchat et les effets de ces activités en ligne sur la réputation hors ligne, en particulier au sein du collège. « L'intensité d'utilisation de Snapchat varie selon les milieux sociaux et les établissements scolaires. Elle va de l'activité permanente, fréquente chez les classes populaires, à la déconnexion totale, observable chez certains jeunes du collège A » (Déage, 2018, p. 153), établissement le plus favorisé parmi les quatre collèges franciliens qui ont constitué ses terrains d'enquête.

Le groupe de pairs exerce un contrôle dense de la parole entre les filles et les garçons au sein des quatre établissements, ce que permet de contourner Snapchat. Les conversations entamées sur le *chat* leur permettent d'expérimenter et d'entretenir des relations de séduction à l'abri du regard de leurs camarades. L'éphémérité et la possibilité de choisir le temps de visualisation du contenu partagé, perçues par les adolescents comme une forme de

communication plus intime[41], font de Snapchat un réseau social de choix pour la pratique du *sexting* (Van Ouytsel *et al.*, 2016).

Or, ces échanges exposent à des « risques réputationnels » (Déage, 2018, p. 149) socialement différenciés. Les filles de quartiers populaires y sont davantage exposées, à l'échelle de l'établissement et du quartier, Snapchat accélérant et amplifiant le phénomène. « Des rumeurs naissent dans les collèges dès que les premiers signes de tentative de séduction sont perceptibles » (*Ibid*., p. 167) par le biais des photos partagées. Le contrôle du corps et de la sexualité des filles, pour les préserver des garçons est exercé plus particulièrement dans les collèges en réseau d'éducation prioritaire (REP) étudiés où les sanctions individuelles et collectives sont plus intenses.

La singularité de Snapchat, qui s'articule autour de l'éphémérité et de la bilatéralité des échanges principalement visuels, l'invisibilité de sa communauté et la promotion possible par certains membres, font l'objet d'un détournement à des fins prostitutionnelles ou pornographiques. Des proxénètes payent des *Snapchatters* pour diffuser des annonces pour le recrutement d'escortes et à la vente de services sexuels, ou encore pour diffuser des contenus pornographiques (Déage, 2023). Des images à caractère sexuel, à l'origine réservées à un usage privé, peuvent circuler sur Snapchat par le biais de comptes fichas/fishas (en verlan : afficher), forme de pornodivulgation[42], qui :

> Diffusent des contenus intimes (photos et vidéos) réservés à des échanges privés. L'objectif est de nuire à la personne ciblée qui est le plus souvent adolescente. Parfois, le numéro de téléphone ainsi que le compte Snapchat de la fille sont inscrits sur la photo (Baudry, 2021, p. 79).

Qualifiée de « pornographie non consentie »[43] par Matthew Hall et Jeff Hearn (2019, p. 156), la pornodivulgation, expérience principalement féminine, est pour les hommes auteurs un moyen de reprendre le contrôle dans l'ordre de genre et le cadre hétéronormatif. En effet, ces derniers légitiment leurs agissements en accusant la femme victime par exemple d'avoir contrôlé la relation, commis une infidélité ou encore volé de l'argent. En faisant preuve

[41] Ils ont aussi conscience des possibilités de sauvegarde de ce type de contenu, notamment par le biais de la capture d'écran (Van Ouytsel et al., 2016).
[42] Apparu dans le Journal Officiel en 2018, la pornodivulgation (en anglais : *revenge porn*) est définie comme l' « action de divulguer, afin de nuire à un tiers et sans son consentement, un enregistrement ou tout autre document à caractère sexuel le concernant, que celui-ci ait été ou non réalisé avec son accord. La pornodivulgation est souvent motivée par un désir de vengeance » (Ministère de la culture, 2018).
[43] 'Non-consensual pornography'.

d'« actes de virilité compensatoires »[44] (Hall et Hearn, 2019, p. 164), ils cherchent à protéger et réhabiliter leur virilité, voire blesser et contrôler la femme victime.

3.4 Histoire et singularité de TikTok

Le rachat puis la fusion (2017-2018) de Musical.ly, réseau social chinois concurrent créée en 2014 alors en plein essor, avec la version destinée à l'international de l'application chinoise Douyin fondée en 2016 par le groupe ByteDance, qui permet de créer, d'éditer et de partager de courtes vidéos (Ebongué, 2021), sont à l'origine de la création de TikTok.

Arrivé en France en 2015, Musical.ly était « un réseau social de synchronisation labiale communément appelée *lip sync*, basé sur la vidéo, la messagerie instantanée et la diffusion en direct » (Ebongué, 2021, p. 15). Il s'agissait d'une application de divertissement (d'abord autour de la musique et de chorégraphies, notamment à partir de challenges) qui ciblait un public adolescent et mettait la vidéo au centre de son utilisation. Son expansion a été très rapide, Musical.ly est devenue rapidement l'une des applications les plus téléchargées sur iPhone et Android.

Musical.ly profitait par ailleurs du déclin d'un autre réseau social de courtes vidéos créée en 2012 et rachetée par Twitter, Vine. L'application, qui a connu le succès à ses débuts, se démarquait par la possibilité d'enregistrer plusieurs mini-séquences en posant et retirant son doigt de l'icône vidéo. Vine générait ensuite automatiquement le montage d'une boucle vidéo de six secondes à partir de ces séquences. Twitter a fermé l'application en 2016.

Musical.ly et Vine présentaient des points communs dont a hérité TikTok :

- Défilement vertical et relecture automatique : Sur les deux réseaux sociaux, les utilisatrices et utilisateurs pouvaient faire défiler de manière verticale les vidéos, ce qui facilitait la navigation. Les vidéos se rejouaient automatiquement, offrant une expérience de visionnage sans interruption.
- Algorithme de personnalisation des vidéos : Les flux de vidéos proposées par un algorithme étaient personnalisés en fonction des interactions de l'utilisateur pour offrir

[44] 'Compensatory manhood acts'.

un contenu pertinent dans les onglets « For you » et « Discover » de Musical.ly et les pages d'accueil et « Explore » de Vine.

- Caméra et éditeur vidéo : un onglet permettant la capture et l'édition de vidéo, notamment à l'aide d'effets, était intégré aux deux applications.

L'utilisation de TikTok s'est considérablement développée durant la pandémie de la Covid-19 (Allard, 2021), faisant de la création, du partage et de la diffusion en flux continu de courtes boucles vidéo[45] un format incontournable sur les réseaux sociaux. Ce format a été adopté par ses concurrents. En 2020, Instagram lance les Réels et Snapchat lance Spotlight, en 2021 Youtube crée les Shorts. Cependant, TikTok étend les possibilités de contenu vers la photo pour concurrencer Instagram et la vidéo longue au format horizontal pour concurrencer Youtube.

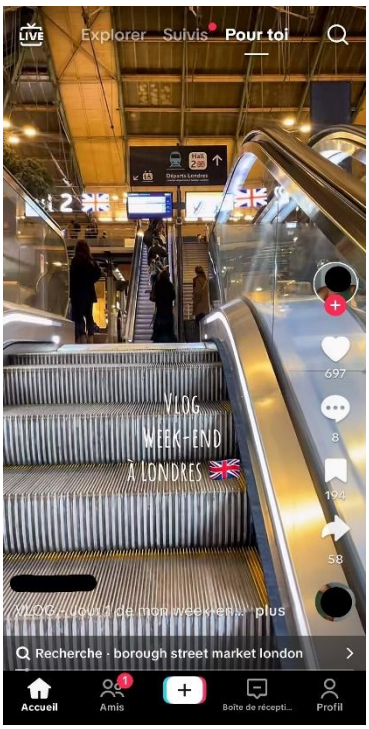
Ainsi, dans ses annonces, TikTok incite les profils sans contenu à partager une photo. L'onglet « + » qui donne accès à la caméra et aux nombreux outils d'édition de l'application, se place automatiquement sur le mode « Photo » au lieu des trois modes vidéo proposés (15 secondes, 60 secondes et 10 minutes). Depuis 2022, il est possible de créer une publication de type *carrousel* contenant jusqu'à 35 photos. Depuis 2023, le mode « Texte » permet de publier du contenu écrit. Pour ces deux types de contenu, l'ajout d'un extrait musical et/ou de stickers (notamment pour indiquer sa localisation, mentionner une personne suivie ou encore ajouter un ou plusieurs hashtags) est possible.

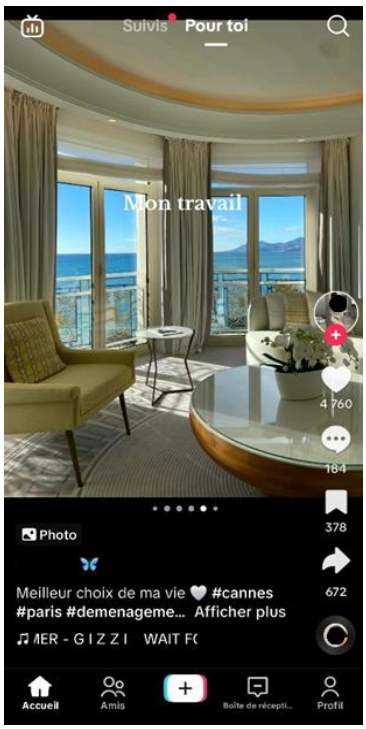
L'onglet « Pour toi », qui s'affiche dès l'entrée dans l'application, est le fil d'actualité de TikTok permettant de découvrir et de suivre du contenu. Il présente un flux de vidéos au format vertical, de *carrousels* et de *lives* choisis par l'algorithme à partir des publications visionnées et des interactions de l'utilisatrice ou de l'utilisateur. L'onglet « Suivis » présente le contenu des personnes suivies : en haut de l'écran se trouve les *lives*[46] ou *stories*, puis un flux de publications comme pour l'onglet « Pour toi » et des suggestions de profils TikTok. Les publications peuvent être *likées*, commentées, partagées, republiées ou enregistrées sur son profil. Lorsqu'une publication est republiée par une ou un utilisateur, ses followers sont notifiés et peuvent les retrouver sur son profil. En revanche, seul l'utilisatrice ou l'utilisateur peut voir les publications qu'il a enregistrées sur son profil.

[45] Limitée à quinze secondes lors de son lancement en 2017, puis à soixante secondes, puis trois minutes, la durée maximale d'une vidéo, appelée un TikTok, est de dix minutes depuis 2022.

[46] Le lancement d'un *live* se fait sous conditions sur TikTok : avoir plus de 18 ans et, selon les régions, avoir au minimum 1000 abonnés. Lors du live, les spectatrices et spectateurs peuvent interagir via la barre de commentaires et réagir avec les *likes* et les cadeaux virtuels.

Illustration 3 – Interface de l'onglet « Pour toi » de TikTok
(Captures d'écran de l'onglet « Pour toi » (vidéo et carrousel de photos))





Dans l'univers TikTok, marqué par l'éphémérité et la viralité de productions vidéos divertissantes, « les utilisateurs se mettent facilement en scène et l'humour y est omniprésent. La musique joue un rôle important » (March, 2023, p. 126). Les challenges et les *trends*, héritage de Musical.ly (Ebongué, 2021), montrent les tendances actuelles au sein de la communauté TikTok. Ils sont reproduits par un grand nombre d'utilisatrices ou utilisateurs sur un temps court et remplacés rapidement par d'autres. Ils peuvent concerner des extraits musicaux ou enregistrements sonores, des *lip syncs* (se filmer en chantant en playback), des challenges de danse, des hashtags, des filtres en réalité augmentée, des modes de création de contenu ou de narration (March, 2023) tels que les vidéos *point of vue* (POV)[47].

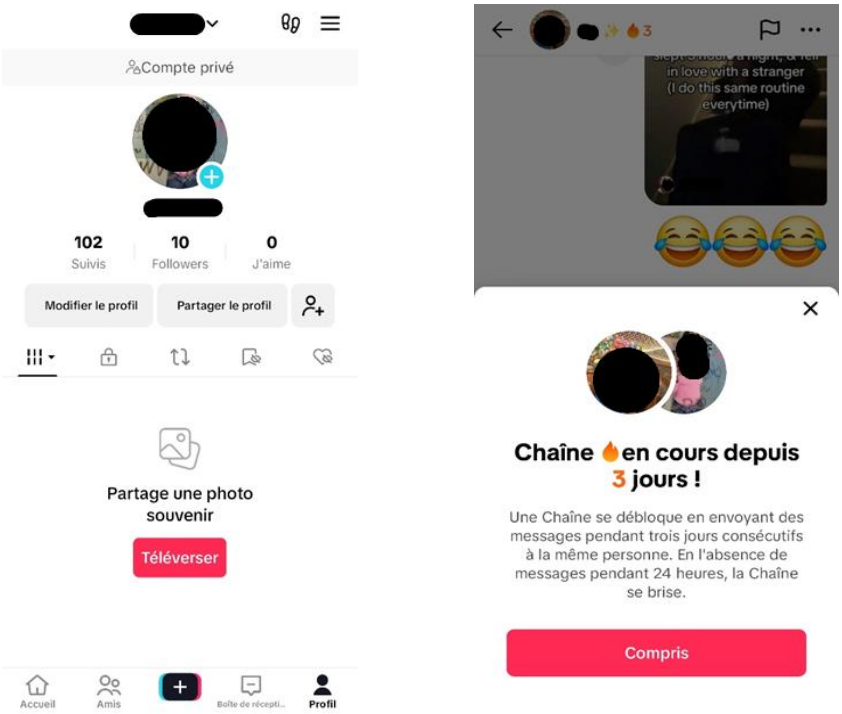
Les performances réalisées sous la forme de challenges ou de trends adossés à des hashtags pour leur assurer une large visibilité, ainsi que les contraintes techniques du format vidéo vertical qui implique un « plan à la première personne » et un « cadrage conversationnel » et sa diffusion en boucle montrent que les fonctionnalités de l'application, les critères

[47] « Les POV fonctionnent comme une consigne d'improvisation théâtrale. Vous énoncez une situation puis vous jouez la scène en la filmant » (March, 2023, p. 127).

d'éditorialisation et l'algorithme favorisent des usages mimétiques et configurent un contexte social de création et de diffusion (Allard, 2021).

Dans l'onglet « Profil » est précisé s'il est public ou privé, figurent la photo ou vidéo de profil, une description éventuelle dans la rubrique *bio*, le nombre de profils suivis, le nombre de followers (abonnées et abonnés), ses publications, ainsi que les publications republiées, enregistrées et *likées*[48]. Les abonnements ne sont pas nécessairement réciproques mais lorsque c'est le cas, ils deviennent des « amies ou amis ». Un onglet « Amis » leur est dédié pour visualiser leur contenu et suivre leurs mises à jour. Une messagerie instantanée, accessible via l'onglet « Boîte de réception », complète les fonctionnalités proposées par TikTok. Sur le modèle de Snapchat, TikTok développe aussi des éléments de *gamification* en 2024, notamment les flammes, appelées « chaînes ».

Illustration 4 – Interfaces de TikTok (suite)
(Captures d'écran de l'onglet « Profil » et du chat avec une « amie »)



[48] Les *followers* peuvent accéder ou non aux publications *likées* par une ou utilisateur selon le paramétrage choisi.

Boosté par la crise sanitaire mondiale, le nombre d'utilisatrices et d'utilisateurs de TikTok ne cesse d'augmenter. L'Observatoire des pratiques numériques des adolescents en Normandie rapporte qu'entre 2020 et 2021, le pourcentage de filles ayant un profil TikTok a augmenté de 40 points (80%), et de 44 points pour les garçons (58%) (Jehel, 2021, p. 6). En 2022, celui-ci passe à 85% pour les filles et à 74% pour les garçons, montrant sa présence accrue auprès des adolescents (Jehel et Meunier, 2023, p. 5). En 2019, il était de 8% pour les garçons et de 23% pour les filles (Jehel, 2021, p. 6). Il n'y a pas d'évolution pour les profils Instagram et Snapchat entre 2020 et 2021, bien qu'ils restent les réseaux sociaux les plus utilisés. Pour les deux années, 92% des filles et 85% des garçons interrogés sont présents sur Instagram et Snapchat.

Ces observations se confirment dans les enquêtes qualitatives. TikTok n'a été mentionné que dans la dernière vague d'entretiens semi-directifs (par vingt-deux jeunes âgées et âgés de 11 à 18 ans[49]) conduits dans le cadre de la recherche doctorale de Sandrine Philippe (2023) en Sciences de l'Information et de la Communication entre septembre 2021 et avril 2022. De la même manière, TikTok n'a pas été mentionné par les participants lors des entretiens effectués au cours de mon enquête exploratoire entre mars et mai 2019. C'est Snapchat et Instagram qui étaient les réseaux sociaux les plus cités. C'est lors des seconde (entretiens individuels entre octobre 2021 et novembre 2022) et troisième phase (entre octobre et novembre 2023) de mon dispositif méthodologique que seize participants m'ont dit utiliser TikTok (douze en entretien individuel sur vingt-deux participants et quatre en entretien collectif sur neuf).

Des ambivalences ont été relevées par Sandrine Philippe (2023, p. 4) à propos de la captation de l'attention par TikTok que les adolescentes et adolescents interrogés qualifient de temps « tantôt agréable, tantôt excessif ». Le flux ininterrompu d'images personnalisées par l'algorithme présentées dès l'ouverture de l'application, ainsi que le format vidéo courte accompagné du *swipe,* sont des configurations sociotechniques qui se prêtent bien « aux interstices temporels de leur journée » (*Ibid*., p. 5). Pour les collégiennes et collégiens, il s'agit de « moments d'ennui » (*Ibid*., p. 6). Les lycéennes et lycéens, eux, évoquent « les temps creux de leur journée » (*Ibid*., p. 5), compte tenu d'une organisation et de sollicitations scolaires et extra-scolaires qui diffèrent au cours du lycée.

[49] Seize entretiens individuels et trois entretiens collectifs ont été conduits. La population d'enquête est composée de dix lycéens en voie générale et de douze collégiens, dont un bénéficie du dispositif Unité localisée pour l'inclusion scolaire (ULIS). Les quatre établissements scolaires qui ont constitué les terrains d'enquête de cette recherche sont situés en région Grand Est : deux lycées en zone rurale fréquentés par des jeunes issus de milieux populaires, un collège situé en centre-ville et un collège classé REP+.

Si la consultation de TikTok s'inscrit dans les stratégies d'organisation du temps libre des adolescentes et adolescents interrogés, les mêmes affordances sont décriées lorsqu'ils expriment y passer plus de temps que prévu sans s'en rendre compte, qu'ils associent alors à une perte de temps. Perte de temps qui bénéficie pourtant à TikTok, ce que perçoivent peu les jeunes (Philippe, 2023). « Les plateformes se nourrissent effectivement d'un travail de tous et de toutes » (Escande-Gauquié et Jeanne-Perrier, 2017, p. 23).

Le *digital labor* désigne les activités numériques quotidiennes des usagères et usagers « assimilables au travail parce que productrices de valeur [qui est appropriée par les grandes entreprises technologiques], faisant l'objet d'un quelconque encadrement contractuel [prévu dans les conditions d'utilisation] et soumises à des métriques de performance » (Casilli, 2015, p. 12-13). Gratuit et invisible, ce travail « se manifeste au travers de nos traces numériques » (*Ibid*., p. 15) qui produisent des données vendues à des annonceurs. Sur les réseaux sociaux, ces traces revêtent diverses formes : publications partagées et regardées, *likes*, commentaires et autres réactions… tâches « souvent assimilées à du loisir, de la créativité ou de la sociabilité » (Casilli, 2019, p. 163). Les utilisatrices et utilisateurs ont ainsi le double statut de marchandise et de travailleur.

Sur TikTok, le *digital labor* se réfère au travail de création de contenu, d'interactions avec d'autres utilisatrices et utilisateurs, et au temps passé dessus. Encouragé par le réseau social, ce travail contribue à sa valeur en générant des données qui sont utilisées à des fins publicitaires et pour améliorer l'efficacité de son algorithme, « mode d'accès privilégié aux contenus ». « Son efficacité repose en effet sur la réaction des usagers face à de nouveaux contenus : la vitesse du *swipe*, le dépôt d'un like ou d'un commentaire sont analysés comme autant d'indices quant au potentiel viral d'une vidéo » (Philippe, 2023, p. 10). Les affordances des réseaux sociaux d'images ne sont alors pas seulement influencées par les perceptions et pratiques des utilisatrices et utilisateurs mais également par les procédures algorithmiques (Ronzhyn et al., 2023).

3.5 Les relations de séduction par l'image

Le *sexting* consiste en l'échange d'images ou de textes à caractère sexuel (García-Gómez, 2017). Dans le cadre d'une relation de confiance, celui-ci s'effectue à des fins de séduction, le plus souvent au sein du couple pour réaffirmer un attachement exclusif à l'autre (Amsellem-Mainguy et Vuattoux, 2020). En effet, quand elles sont perçues comme intimes voire compromettantes, les photos envoyées témoignent d'un lien privilégié, d'une forme

d'engagement entre les personnes impliquées (Lachance, 2017). Elles permettent de tester et confirmer la confiance dans la ou le destinataire lorsqu'elles ne sont pas rediffusées (Lachance, 2016a, p. 134).

A partir des entretiens semi-directifs réalisés auprès de cinq jeunes couples étudiants hétérosexuels pour appréhender le rôle des SMS dans l'entretien de leur relation amoureuse, Corinne Martin (2007) met en évidence les stratégies de désengagement et d'engagement du corps dans l'interaction par SMS au sein du couple. Si l'envoi de SMS par écran interposé traduit par moment un « désengagement corporel » (*Ibid*., p. 107) conscient de la part des jeunes couples interrogés, il remplit la fonction de réparation/préparation des interactions en face-à-face. C'est le cas lors des moments de dispute où la distance corporelle facilite l'extériorisation des émotions et une mise à distance de la confrontation. À d'autres moments, le corps « resurgit » (*Ibid*., p. 107) dans les échanges, s'appuyant sur un langage érotique. L'expression du désir est facilitée par l'écrit, la distance corporelle permet de faire appel à un corps à corps imaginé et d'éprouver des émotions qui s'expriment par le corps. La conservation de certains de ces messages fait figure de traces de l'histoire du couple et de soi. Leur relecture remplit une fonction de réassurance.

Lors de l'enquête de Jocelyn Lachance (2017), la prise et l'échange de *nudes*[50] dans un contexte restreint (en particulier au sein du couple) n'est pas remis en cause par les adolescentes et adolescents mais le choix des destinataires et les risques de diffusion sont abordés par plusieurs d'entre eux. En effet, le *sexting* peut devenir l'objet de (cyber)violences à caractère sexiste et sexuel lorsqu'il est diffusé sans consentement sur les réseaux sociaux, pour la viralité forte et rapide des contenus partagés. Ces (cyber)violences peuvent prendre plusieurs formes et s'accumuler : « "*screener*[51] la photo", la relayer, veiller à sa dissémination », « recevoir des insultes à connotation sexuelle » (Couchot-Schiex et Richard, 2020, p. 38) également au sein de l'établissement, ou encore mise à l'écart. Le risque est plus important chez les filles, qui parlent alors de « mauvaises expériences » (Amsellem-Mainguy et Vuattoux, 2021, p. 64).

Si le *sexting* semble répandu dans les usages sexuels d'Internet chez les jeunes, Yaëlle Amsellem-Mainguy et Arthur Vuattoux (2021) mentionnent le concept d'échange économico-sexuel de Paola Tabet (2014) pour qualifier les inégalités, structurées par le genre, de conditions

[50] Un *nude* désigne une image de soi, le plus souvent une photo, exposant son corps nu ou partiellement dénudé. Le *nude* constitue une forme de *sexting*.
[51] Faire une capture d'écran du contenu affiché sur un écran d'ordinateur ou un smartphone.

de partage d'images de soi à caractère sexuel et ses conséquences au sein d'une relation hétérosexuelle.

Ici, le « service sexuel » féminin est le *sexting* et la « compensation » masculine (*Ibid*., p. 21) prend la forme d'une satisfaction au désir sexuel pour pallier la distance et le manque de rencontre hors ligne. Les rapports de pouvoir qui agissent dans cette situation ne sont alors pas perçus, en tout cas pas dans un premier temps. Ainsi, tandis que l'envoi de ces images est optionnel pour les garçons[52], il est souvent contraint pour les filles. Contrainte dont les garçons sont à l'origine et qui prend la forme d'un chantage affectif. Face à ces sollicitations, le choix des filles ne peut être serein, s'effectue par arrangement, au détriment de leur propre désir :

> Si celles-ci n'acceptent pas de se plier au jeu de ces images et de leur mise en scène, elles risquent de se voir bannies du groupe de pairs, associées à une réputation de "coincées". Si les filles acceptent, elles sont soumises ensuite au risque de la diffusion de ces images intimes, qui deviennent pour les garçons un moyen de contrôler la relation (Amsellem-Mainguy et Vuattoux, 2020, p. 137).

Les risques et sanctions ne valent pas que dans la relation de séduction. Le groupe de pairs veille à la respectabilité et participe au risque réputationnel qui pèse sur les filles en effectuant des rappels à l'ordre de genre et hétérosexuels. Ces rappels s'effectuent en ligne, sur les réseaux sociaux, comme hors ligne, au sein de l'établissement scolaire fréquenté (Couchot-Schiex et Richard, 2020), mais pas seulement. En particulier pour ceux issus de milieux populaires, « en entrant dans la vie amoureuse, les jeunes entrent dans un nouvel espace de contrôle au sein de leur quartier ou de leur village » (Clair, 2012, p. 71).

Les recherches d'Antonio García-Gómez (2017) montrent la tension entre la capacité d'agir des adolescentes à propos de leur sexualité par le *sexting* et la mise en conformité corporelle féminine et hétérosexuelle. Le *sexting* ne peut pas être réduit à une simple pratique sexuelle juvénile en ligne répandue chez les filles, mais doit être compris comme un acte de négociation des rapports de genre et de sexualité dans lequel celles-ci tentent de concilier les attentes sociales, les pressions de leurs pairs féminins et masculins, ainsi que leurs propres désirs.

[52] « Parmi les garçons rencontrés, peu disent avoir envoyé des photos d'eux nus ou dénudés, soit parce qu'on ne leur a pas demandé, soit parce qu'ils refusent de le faire (même pour ceux qui en demandent à leurs partenaires) » (Amsellem-Mainguy et Vuattoux, 2021, p. 69).

Par le biais du *sexting*, les adolescentes se présentent comme des femmes libres qui vivent leur sexualité pleinement, sexuellement averties et qui possèdent une capacité d'agir en tant qu'objet du désir masculin. Pour autant, des contradictions se dessinent derrière la mise en évidence de cette forme de capacité d'agir. La perception des filles sur le *sexting* change lorsqu'elles sont en couple, en priorisant la satisfaction de leur partenaire au détriment de leurs besoins et de leurs choix (García-Gómez, 2017).

Par ailleurs, le *sexting* implique une homosociabilité féminine importante chez les adolescentes interrogées. Il est compris comme « une stratégie de groupe qui leur permet de renforcer les liens d'amitié »[53] (*Ibid*., p. 402) grâce au partage de conseils notamment à propos du travail de l'apparence associé au *sexting*. Par exemple, comment paraître sexy et attirante (en dépit des insécurités corporelles) ? Quelles poses prendre lors de la capture d'images ? Les discussions et le partage d'images entre amies, avant d'être partagées au garçon, remplissent une fonction d'approbation et de régulation des dispositions de genre et sexuelles intériorisées de la part du groupe. Ces échanges au sein du groupe des filles inscrit le *sexting* comme une pratique féminine ordinaire et placent les adolescentes en position d'évaluation constante par le corps. Cela reproduit les assignations de genre concernant la beauté féminine et le corps féminin comme objet de séduction hétérosexuelle.

Bien qu'elles puissent s'affirmer différemment selon les milieux sociaux, les « attentes de genre et d'hétérosexualité » (Couchot-Schiex et Richard, 2020, p. 48), distinctes selon le sexe, se traduisent en ligne par une mise en scène du corps différenciée :

> Les filles doivent se mettre en scène de manière à être perçues comme sexuellement désirables par les garçons, en alimentant l'impression d'une certaine nonchalance quant à l'atteinte de ces standards. Ainsi, elles ne doivent pas paraître trop intéressées par la possibilité d'attirer le regard des garçons, mais sont tenues d'entretenir une perception de désintérêt de manière à « se faire respecter » (*Ibid*., p. 45).

Il y a ainsi la valorisation d'une « désirabilité pratiquement accidentelle » chez les filles afin de ne pas être mal perçues ni ternir leur réputation. Or, « l'exposition du corps des garçons ne semble pas régie par les mêmes critères » (*Ibid*., p. 47). Lorsqu'un garçon partage une image de lui où il se présente torse-nu et que son corps correspond aux normes corporelles masculines

[53] 'These young women seem to understand sexting as an in-group strategy that allows them to strengthen the bonds of friendship'.

dominantes (une certaine musculature et posture), celui-ci est adulé par ses pairs. Ce déséquilibre et l'existence d'un double standard s'exercent au détriment des filles.

L'analyse par Elisabeth Mercier (2023) de deux campagnes de prévention du *sexting* chez les jeunes montre qu'elles « participent à reproduire les normes et les savoirs qui encadrent et contraignent la sexualité des filles » (p. 3). L'une est celle de la Police nationale française lancée en mars 2021 sur Twitter, puis rapidement supprimée suite à la polémique qu'elle a déclenchée. Le tweet de la Police nationale : « #Sexting. Envoyer un *nude*, c'est accepter le risque de voir cette photo partagée. » est accompagné d'une illustration présentant une fille et un garçon regardant leur téléphone et du message suivant : « Il a bien reçu TON NUDE. Tes amis, tes parents, tes camarades de classe, tes cousins, tes professeurs, tes voisins, ton boulanger, ton ex-petit ami, ton facteur, tes grands-parents, ta nièce aussi » (*Ibid*., p. 7). Les critiques à l'égard de cette campagne ont souligné l'absence du rappel à la loi et l'accent mis sur le risque d'humiliation des filles, car c'est à elles que la campagne s'adresse, du fait de la viralité des contenus partagés en ligne.

L'autre campagne est pilotée par une organisation québécoise à but non lucratif, la Concertation des luttes contre l'exploitation sexuelle (CLES), en partenariat avec d'autres organismes québécois œuvrant auprès des femmes et des jeunes. Elle a été lancée en septembre 2020 via un site internet dédié auquel sont rattachées des pages Facebook et Instagram ainsi qu'une chaîne Youtube. L'image de la campagne de la CLES représente une fille avec un sac en papier sur la tête « accompagnée de l'explication suivante : 'Yasmine est devenue full célèbre [très célèbre]. Ses sextos[54] revendus sont disponibles contre sa volonté dans 25 pays sur 103 sites de pornographie juvénile' » (*Ibid*., p. 6). Suite à sa diffusion, des critiques sont formulées sur la participation de cette campagne à l'ordre de genre et l'hétéronormativité, ce dont la CLES se défend : la photo a été choisie par des jeunes et vise la lutte contre l'exploitation sexuelle.

Les discours de prévention, qui ciblent particulièrement les filles, sont en fait sources de honte et d'humiliation à leur encontre. En effet, « la prévention des risques liés au *sexting* se fait essentiellement par le prisme de la violence et du danger que cette pratique représente pour les filles » (*Ibid*., p. 21). Malgré la volonté de dénonciation des violences sexistes et sexuelles, elle ne se fait pas en dehors d'un contexte genré et hétéronormatif qui contrôle la sexualité des femmes et des filles, perçue comme négative et dangereuse. Le souci de protection et de

[54] « Message texte à caractère sexuel » (Mercier, 2023, p. 6).

responsabilisation des filles est toujours présent dans les discours autour des pratiques sexuelles en ligne, comme c'est le cas à propos de la contraception et des violences sexuelles, créant un amalgame avec la diffusion non consentie d'images à caractère sexuel, tel que dans le cadre de la pornodivulgation (*revenge porn*).

Les contre-discours dont ces campagnes font l'objet, formulés par les internautes et jeunes militantes féministes, dénoncent l'humiliation rattachée à la pratique du *sexting*. Humiliation qui, selon elles, constitue une forme de violence sexiste et de privation de l'agentivité sexuelle des femmes et des filles. A ce contre-discours, s'oppose le discours porté par les coordonnatrices de la campagne du CLES, qui considèrent le *sexting* comme une pratique conduisant à sa propre exploitation. Ainsi, la lutte contre l'exploitation sexuelle des filles nécessite « l'évocation des conséquences du *sexting* et du risque d'humiliation des victimes » pour les en dissuader.

> L'humiliation est conçue tantôt comme l'arme des exploiteurs, desquels il faut protéger les jeunes femmes en les dissuadant de partager leurs photos intimes, tantôt comme une forme de violence sexiste relevant de la culture du viol et privant les femmes et les filles de leur agentivité sexuelle (*Ibid*., p. 19).

L'opposition dans les discours et contre-discours témoigne en fait d'une opposition au sein des féministes à propos de la sexualité et des rapports de pouvoir qui s'y organisent. D'un côté, la sexualité est interprétée comme un instrument de violence et de domination à l'encontre des femmes, dans un cadre hétéronormatif, sans possibilité d'émancipation. De l'autre, sont examinés l'agentivité, le désir et le plaisir sexuels des femmes.

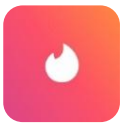
Ce sont le plus souvent les réseaux sociaux qui servent aux rencontres affectives et sexuelles, parmi les réseaux de sociabilité connus ou dans le cercle élargi des amies ou amis d'amis. Le recours aux applications de rencontre intervient « davantage au moment de l'entrée dans l'âge adulte, avec la décohabitation et l'éclatement des groupes de pairs "scolaires" » (Amsellem-Mainguy et Vuattoux, 2021, p. 62). C'est le cas lorsque l'entrée en études supérieures nécessite un changement de lieu de résidence par exemple. Les jeunes appartenant aux minorités sexuelles et de genre y recourent cependant de manière plus précoce.

Les applications de *hook-up (hook-up apps*)[55], tel que Tinder, permettent de « trouver une ou un partenaire pour partager un moment romantique ou engager une pratique sexuelle »[56]

[55] Pour approfondir ce point, voir Ross-Nadié et Duguay (2019).
[56] 'Finding a partner for dating or sexual activity'.

(Ross-Nadié et Duguay, 2019). Le *hook-up* est lié à une sociabilité étudiante/jeune adulte, festive, rapidement sexuelle (sans pour autant être nécessairement pénétratif) et occasionnelle (Guionnet et Neveu, 2021). Présenté comme une rencontre « où l'expression du désir féminin est légitimée, où les femmes peuvent prendre des initiatives sexuelles et amoureuses » (*Ibid*., p. 104), les rapports de genre et l'hétéronormativité sont toujours à l'œuvre dans le *hook up*, à l'intersection d'autres rapports de pouvoir, comme la classe sociale.

C'est le cas plus largement des sites et applications spécialisées dans les rencontres amoureuses et sexuelles. Dissociés de ses réseaux de sociabilité et inscrits dans le prolongement de la séparation croissante sexualité-conjugalité, ils diversifient les cadres de l'hétérosexualité où les relations sexuelles interviennent plus tôt (Bergström, 2019) et facilitent « le recrutement de partenaires occasionnels, en particulier pour les femmes » (Bergström, 2012, p. 117). Mais ils ne modifient pas pour autant les conditions d'accès à la sexualité pour ces dernières. Si « le sexuellement implicite » (Bergström, 2019, p. 81) sur les profils et dans les échanges s'applique aux hommes comme aux femmes, celui-ci fait, pour elles, office de preuve de réserve féminine pour ne pas entacher leur réputation (Clair, 2012).



Créée en 2012 et lancée en France en 2013, Tinder est une « application de rencontre basée sur la localisation en temps réel »[57] (David et Cambre, 2016, p. 2) permettant de parcourir le profil de partenaires potentiels à proximité grâce à l'accès à la localisation du smartphone. L'application est gratuite mais offre des abonnements payants.

L'utilisatrice ou l'utilisateur crée d'abord un profil dans lequel il est possible d'ajouter des photos et de courtes vidéos ainsi qu'une courte biographie, et de connecter son profil Instagram[58] et/ou Spotify. Il est également possible de créer un profil Tinder à partir de son profil Facebook, ce qui implique l'importation d'informations et de photos pour faciliter le processus d'inscription.

Ensuite, l'algorithme propose des profils de partenaires potentiels selon les préférences spécifiées en termes d'âge et de distance géographique. Pour passer au profil suivant, deux choix s'offrent alors :

- *Swipe right* (faire glisser son doigt vers la droite) : Indique que l'utilisatrice ou l'utilisateur aime le profil.

[57] 'Location-based real-time dating (LBRTD)'.
[58] Les dernières photos publiées sur son profil Instagram sont alors affichées sur son profil Tinder.

- *Swipe left* (faire glisser son doigt vers la gauche) : Indique que l'utilisatrice ou l'utilisateur n'aime pas le profil.

Les *swipe left* et les *swipe right* non réciproques ne sont pas mentionnés. Un match se produit lorsque deux utilisateurs *swipe right* sur le profil de l'autre et expriment un intérêt mutuel. Ils peuvent alors commencer à échanger via la messagerie instantanée.

Par « la logique du *swipe* », que Gaby David et Carolina Cambre (2016) désignent comme étant « le rythme ou la vitesse de visualisation encouragée par l'interface utilisateur de cette application[59] » (p. 1), Tinder « empêche les utilisateurs de définir librement leur mode d'interaction avec les autres »[60] (p. 9). Cela, dès la prise de connaissance et l'évaluation des profils selon un choix binaire : oui avec un *swipe right* ou non avec un *swipe left* et en limitant l'attribution de *likes* sur une période de 12h pour la version gratuite.

Selon Gaby David et Carolina Cambre (2016), de nombreux utilisatrices et utilisateurs « subvertissent ou jouent avec les limites et possibilités offertes par les fonctionnalités de Tinder »[61] (p. 9). Pour maximiser leurs chances de matchs, certains relient leur profil Instagram pour afficher d'autres photos sur leur profil Tinder ou modifient leurs préférences de recherche pour avoir accès à un plus grand nombre de profils. D'autres, à partir de profils Tinder reliés à Facebook, peuvent vérifier les relations en commun et favorisent alors la recherche d'information et la prise de contact en dehors de l'application de rencontre.

Les applications de *hook-up*, et par extension les sites et applications de rencontre, sont des « espaces centrés sur l'image »[62] (*Ibid.*, p. 4). Leur utilisation s'appuie sur l'image construite par les utilisatrices et utilisateurs par le biais de leur profil (Bergström, 2019). C'est ce dernier qui permet, après évaluation, la connexion entre deux personnes. Or, Marie Bergström (2019) montre que le profil répond à des codes de classe et de genre, ce qui conduit les profils, à la fois à se différencier et à se ressembler selon les groupes sociaux.

Marie Bergström (2019) s'appuie sur les travaux de Pierre Bourdieu (1979) lorsqu'elle rappelle que les jugements de goût et de dégoût en matière de pratiques culturelles sont des expressions de classe, reflétant les conditions matérielles et culturelles des différents groupes sociaux. Ces jugements participent de la distinction entre les classes sociales, ainsi que de la

[59] 'For us, the term swipe logic describes the pace, or the increased viewing speed encouraged by the UI of this app'.
[60] 'Tinder's platform excludes users from freely defining how they will interact with others'.
[61] 'By subverting or playing with its limitations and affordances'.
[62] 'As image-based spaces'.

domination et légitimité culturelle des classes supérieures. C'est le cas également dans les relations de couple. Pierre Bourdieu (1979) observe que les individus tendent à se mettre en couple avec des personnes de la même classe sociale (homogamie sociale). Suite à ces analyses datant de la fin des années 1970, s'est opéré un changement de contexte économique, social, scolaire et culturel. La période de la jeunesse s'est allongée avec la durée des études, la massification scolaire a participé à une culture juvénile partagée et le développement des médias de masse à une culture populaire. Cela a conduit un déplacement des frontières sociales et laisse à penser à une plus grande mixité sociale.

Les sites et applications de rencontre, parce qu'ils permettent la mise en contact hors de ses réseaux de sociabilité, peuvent apparaître comme des rencontres moins homogames. Pourtant, « des jugements et des mécanismes de sélection spécifiques, socialement différenciés » (Bergström, 2019, p. 104) interviennent à chaque étape de la rencontre en ligne : évaluation des profils, échange puis rencontre hors ligne ; et reconduisent l'homogamie sociale. Cela oblige à une réflexivité sur la manière de se présenter et sur les critères de choix des autres utilisatrices et utilisateurs. Ainsi, trouver un partenaire en dehors de ses espaces de sociabilité proches,

> (…) passe par la capacité à exposer son quotidien et son intimité selon des codes sociaux adaptés aux rencontres souhaitées, et à avoir, en amont, les moyens de cette exposition (la possibilité de se valoriser à travers les photos de son espace de vie, à travers une aisance dans la communication écrite ou la finesse de l'humour) (Amsellem-Mainguy et Vuattoux, 2021, p. 62).

L'étude de photos publiées sur les profils d'une application de rencontre montre qu'elles ne présentent pas seulement le corps, le corps étant lui-même social, mais donnent des indices sur le milieu social auquel appartient l'utilisatrice ou l'utilisateur (Bergström, 2019). Chez les utilisateurs issus des classes populaires, la photographie est fonctionnelle. L'objectif porte uniquement sur la présentation de soi. Les images prises sur le vif et les *selfies* sont souvent réalisés au domicile. Les utilisatrices et utilisateurs des classes supérieures accordent une importance au cadre, à la capture et à l'édition de la photo. Ils recourent à l'appareil photo, à la photo en noir et blanc. Les photos sont plus travaillées et présentées dans des contextes de loisir et de sociabilité.

De ce fait, bien que « l'homogamie en ligne ne résulte pas de la présélection des profils mais se produit progressivement au cours de l'interaction » (*Ibid*., p. 115), les images de

soi partagées participent à la sélection sociale opérée lors de l'évaluation des profils. Marie Bergström (2019), rapporte les propos de Colin, enquêté âgé de 22 ans, étudiant en musique et en voie d'ascension sociale par rapport à ses parents, employés du privé :

> « Je regarde aussi le contenu des photos, pas juste la personne, genre comment la photo a été prise. […] Il y a un truc que je n'aime pas, par exemple, ou ça me donne une idée, c'est genre 10 selfies d'affilée, genre, tu sais, avec la bouche comme ça [il mime une bouche de canard puis rit]. […] J'aime bien les jolies photos en fait, les photos qui ont été bien prises, pas surfiltrées d'Instagram mais juste une jolie photo. Il y en avait une qui m'avait marqué, beaucoup d'éléments qui me plaisaient. C'était une nana qui était assise à son piano, c'était une photo en noir et blanc, mais pas une photo qui avait été transformée, c'était un appareil photo qui faisait du noir et blanc. Très jolie, elle était de dos à son piano, je crois qu'il y avait un chat sur le piano et elle avait un super joli tatouage, tout était très symétrique. Et du coup cette photo m'a marqué, j'ai matché » (p. 107-108).

Au-delà des images partagées et des étapes de la rencontre en ligne en leur sein, les applications de rencontre elles-mêmes sont le support de distinctions sociales. Distinctions connues par les utilisatrices et utilisateurs les plus âgés de la population d'enquête de Yaëlle Amsellem-Mainguy et d'Arthur Vuattoux (2020), qui en ont une utilisation routinière selon leur trajectoire sentimentale et sexuelle. C'est le cas de Franck, vingt-huit ans, issu d'une famille de classe supérieure et titulaire d'un master en sciences humaines. Il différencie le rapport à la séduction et la sexualité des filles selon des codes de classe, ce qui oriente ses choix de partenaires et d'applications utilisées :

> « Sur Tinder, c'est plutôt des filles du genre cadre sup[érieur] ou qui vont l'être, des Parisiennes un peu chics ou qui se font passer pour ça. Elles sont distinguées et veulent qu'on leur parle avec distinction. C'est pas du tout pareil sur Badoo. Là c'est des filles de classe pop, y a des grosses et tout. Des profils que tu ne verrais pas du tout sur Tinder. Ça n'implique pas du tout la même chose, tu vas pas mettre les mêmes arguments pour rencontrer les filles. Badoo t'as pas à faire d'effort, je vais être trash, mais c'est le réseau un peu des cas soc[iaux] entre eux, et de ceux qui ne veulent pas se faire chier à draguer longtemps ! […] Meetic, ça c'est plutôt pour les MILF [Mother I'd Like to Fuck][63]

[63] Les mères susceptibles d'avoir un rapport sexuel avec un homme plus jeune.

[rires]. Moi c'est pas trop ce que je cherche, alors je vais plutôt sur Tinder et Badoo, selon les moments » (*Ibid*., p. 159-160).

Cet extrait pointe l'interférence forte entre les appartenances de classe et les pratiques socionumériques juvéniles. Mes lectures au cours de ma recherche doctorale m'ont rendue plus sensible aux entrecroisements des rapports sociaux que je ne l'étais durant l'enquête exploratoire. En débutant la recherche doctorale, je me demandais comment ces entrecroisements allaient s'exprimer dans les expériences partagées par les participants des entretiens individuels et collectifs (deuxième et troisième phase du dispositif méthodologique).

Conclusion de la première partie

Mon enquête exploratoire et l'exploration de la littérature scientifique me permettent d'avancer que le travail de l'apparence sur les réseaux sociaux d'images est fait de pratiques de capture, d'édition et de partage d'images de soi. Il mobilise le corps et le contraint en fonction des limitations et des opportunités perçues par les utilisatrices et utilisateurs, notamment selon les normes de présentation de soi propres à chaque réseau social. Les jeunes s'emparent de ces affordances pour créer du contenu visuel et leurs usages poussent les réseaux sociaux à proposer de nouvelles fonctionnalités et à les améliorer sans cesse. C'est ainsi que se conjuguent *digital labor* et travail de l'apparence pour maximiser l'engagement et le temps passé sur la plateforme.

Les réseaux sociaux d'images sont labiles de par leurs fonctionnalités, leur algorithme, les pratiques et les contextes sociaux dans lesquels ils s'inscrivent. Plusieurs types d'images qui circulent sur les réseaux sociaux ont été identifiés au fil de cette partie :

- la photo éphémère ;
- la photo permanente, en particulier le carrousel qui apporte une dimension narrative aux publications, permet d'en diversifier le contenu, favorise les interactions et le temps passé sur le réseau social et ne nécessite pas le développement de compétences en montage ;
- la vidéo courte au format vertical, éphémère ou permanente, dont la création et le montage sont facilités par les outils d'édition intégrés à la caméra du réseau social.

La possibilité de recourir à ces différents types d'images influence la circulation entre les réseaux sociaux, ainsi qu'entre les fonctionnalités d'un même réseau social, en fonction de leurs propres conditions sociotechniques de visibilité et d'interactions.

Le travail de l'apparence est aussi à replacer au sein des rapports sociaux dans lesquels évoluent les utilisatrices et utilisateurs. Les filles sont globalement plus présentes sur les réseaux sociaux d'images présentés (Instagram, Snapchat et TikTok) et subissent des injonctions autour de l'exposition de leur corps et de leur sexualité. L'intérêt plus particulier pour le travail de l'apparence des garçons au sein de cette recherche apporte une clé de lecture supplémentaire des rapports de genre à l'œuvre dans les pratiques socionumériques juvéniles.

C'est en appui sur une enquête exploratoire mais aussi sur des lectures scientifiques qui m'ont permis d'en relativiser les résultats initiaux que je problématise le travail de l'apparence des garçons comme un travail technique et relationnel inscrit dans des rapports de genre et de sexualité. Les pratiques socionumériques que j'étudie doivent donc être pensées dans un contexte qui déborde largement celui des réseaux sociaux eux-mêmes. C'est en considérant le travail de l'apparence effectué par les garçons comme analyseur, au sens de René Lourau (1970), que j'ai construit mon dispositif de recherche. Celui-ci aura donc pour objectif d'éclairer les rapports de genre et de sexualité en explorant les différentes dimensions concernées par les pratiques analysées.

DEUXIEME PARTIE - DEMARCHE

Introduction de la deuxième partie

Cette partie méthodologique revient tout d'abord de manière réflexive sur le choix de mes approches, l'ethnographie féministe dans le premier chapitre et la socio-clinique institutionnelle dans le second. J'y présente leurs intérêts respectifs, leurs articulations, de même que les difficultés rencontrées lors de la production des données. Les intérêts épistémologiques communs aux deux autour de la réflexivité de la chercheuse ou du chercheur vis-à-vis de sa pratique de recherche sont mis en exergue, m'invitant alors à formuler ce que je nomme implications de genre et de sexualité. L'explicitation de mon dispositif méthodologique dans le troisième chapitre présente les méthodes et techniques utilisées, ainsi que ma population d'enquête. Le quatrième chapitre justifie ma méthode d'analyse des entretiens.

Cette partie est fournie en matériaux empiriques, précieux pour éclairer les coulisses de la recherche. Les tableaux insérés dans cette section sont complétés par des verbatims recueillis auprès d'entremetteuses et des participants. Les entremetteuses avec lesquelles j'ai conduit un entretien collectif, soit lors des entretiens, soit via des messages, lorsque je leur ai demandé des précisions post-entretien sur WhatsApp ou Instagram.

Les extraits de mon journal de recherche dans le corps de la thèse sont introduits par « Journal de recherche, notes du (date) : » et se distinguent par une mise en page particulière du paragraphe : un retrait, une autre police d'écriture et la mise en italique.

Chapitre 1 - Apports de l'approche ethnographique féministe

1.1 L'ethnographie

L'ethnographie consiste à recueillir des informations sur son objet tout en portant attention à la manière dont il s'articule avec d'autres aspects de la vie de la personne, prendre des notes pour établir une description fine pouvant servir, par la suite, de support d'interprétation pour éclairer « la complexité des pratiques sociales les plus ordinaires des enquêtés, celles qui vont tellement de soi qu'elles finissent par passer inaperçues, celles qu'on croit 'naturelles' parce qu'elles ont été naturalisées par l'ordre social » (Beaud et Weber, 2010, p. 7).

Pour cela, l'approche ethnographique repose sur l'immersion de longue durée de la chercheuse ou du chercheur sur son terrain de recherche. Durant celle-ci, elle ou il partage du temps avec un groupe social, crée des liens, se saisit d'opportunités. L'ethnographe fait aussi a contrario face à des stratégies d'inhibition de la part des personnes enquêtées : silences, non-dits, refus. Cette immersion s'adosse ainsi à « des savoir-faire » tels que négocier l'accès au terrain, instaurer une relation de confiance avec les personnes enquêtées, trouver sa place, la renégocier tout au long de l'enquête et savoir en sortir (Cefaï, 2010). L'immersion conduit aussi à un partage d'expérience avec les informatrices et informateurs qui apportent des connaissances susceptibles d'être utilisées lors des échanges pour croiser les regards. « L'expérience incarnée de [l'enquêtrice ou de] l'enquêteur » (*Ibid.*, p. 7) implique une réflexion sur les conditions de l'enquête, qui s'ajoute à celle portant sur les informations récoltées. La relation avec les enquêtées et enquêtés « qui se trouve au fondement de l'enquête ethnographique » (Beaud et Weber, 2012, p. 225) et plus largement la manière dont est investi le terrain, constituent ainsi un support d'analyse principal de l'enquête.

L'ethnographie est régulièrement rapportée à l'observation qualifiée de « prolongée », « participante », « in situ » qui permet la production de données en contexte. Pour autant, Stéphane Beaud (1996) rappelle que l'entretien permet d'obtenir des informations et des points de vue qu'on ne peut pas recueillir en situation d'observation, il est donc complémentaire de celle-ci. Mais l'entretien ethnographique est aussi en lui-même une « situation d'observation » (*Ibid.*, p. 236). Il ne prend sens que par l'analyse de son contexte allant de la prise de contact au déroulement de l'échange. Dans le cadre de mes recherches, ayant d'abord combiné observation participante et entretiens compréhensifs au cours de l'enquête exploratoire (première phase du dispositif méthodologique), j'ai ensuite privilégié la conduite d'entretiens ethnographiques à visée compréhensive lors des seconde et troisième phases. Je souhaitais aller au-delà des informations, comprendre comment les participants élaborent leurs points de vue. Cette orientation compréhensive donnée aux entretiens rejoint l'approche socio-clinique institutionnelle qui incite à proposer aux participants d'adopter une posture réflexive sur leurs propres discours et pratiques. Elle consiste également à associer les sujets de la recherche à discuter les interprétations de la chercheuse ou du chercheur lors de temps de restitution voire à en co-produire.

Par le biais d'entremetteuses et/ou d'entremetteurs, je me suis introduite dans le groupe social enquêté de plusieurs manières. D'abord, sur leurs réseaux sociaux pour prendre contact avec eux, me présenter, répondre à leurs questions éventuelles et planifier l'entretien. Prenant

en compte les contraintes empiriques liée à la pandémie de la Covid-19 et dans le souci de faciliter la parole et obtenir la confiance des participants, je leur ai laissé le choix du distanciel ou du présentiel et du lieu de rencontre lorsque c'était possible.

Ensuite, pour les entretiens à distance (Theviot, 2021 ; Lévy-Guillain et al., 2022), je suis entrée dans leur espace de vie, pour certains entrevoir leur chambre par la caméra de leur ordinateur. Eux et moi, depuis cet espace intérieur permettant un mouvement vers l'extérieur, nous sommes entrés en relation avec l'autre en entrant dans son monde (Glevarec, 2010). Lors des entretiens en présentiel, je me suis retrouvée dans des lieux de sociabilité familiers pour les participants avec lesquels j'ai entretenu une conversation (Kaufmann, 2016) : un café régulièrement fréquenté pour Pierre (vingt ans, Ile-de-France et Hauts-de-France, étudiant en troisième année d'école de commerce en alternance), un autre pour son ami Augustin (vingt ans, Ile-de-France, étudiant en école de psychologie) et le domicile familial de Lucas (vingt ans, Ile-de-France, étudiant en troisième année d'école de commerce) dans lequel j'ai aussi retrouvé ses amis Dany (vingt ans, Ile-de-France, étudiant en troisième année d'école de commerce) et Martin (vingt ans, Ile-de-France, étudiant en troisième année d'école d'ingénieur en alternance) qui habitent la même résidence. L'extrait suivant de mon journal de recherche illustre comment le choix du lieu, laissé au participant, reflète le système social dans lequel il évolue, et comment, en tant que chercheuse, j'ai dû me confronter aux règles structurant les rapports sociaux dans ce contexte.

Journal de recherche, notes du 15/11/2021 :

> *Il me donne rendez-vous le 14/11/2021, soit quatre jours après le début de nos échanges, à 14h30 dans un café près du quartier Montmartre à Paris. L'endroit est très agréable, joli et il y a peu de monde. Nous nous installons. Il prend connaissance du formulaire de consentement, le signe, et nous commençons l'entretien qui durera plus d'une heure. Après avoir expliqué comment j'ai rencontré sa sœur [l'entremetteuse], le serveur arrive pour prendre notre commande. Je choisis un chocolat viennois et lui un verre de vin blanc. Puis, nous débutons l'entretien par échanger longuement sur nos trajectoires scolaires. Il est dans une école de commerce dans les Hauts-de-France en alternance. Trois semaines par mois, il travaille dans un grand magasin parisien et peut donc rentrer chez ses parents. Sa mère est agent d'accueil au sein d'un musée et son père est directeur*

d'un grand magasin [...]. Lorsque le serveur apporte l'addition, il tient à m'inviter et va la régler au comptoir.

A partir des travaux de John Gagnon sur les scripts de la sexualité, Isabelle Clair (2016) propose de voir dans la relation d'enquête « un script sexuel caché » parce que « le script interpersonnel de l'enquête n'est pas sans rappeler le plus partagé dans notre société de ce à quoi ressemblent et doivent ressembler une rencontre et une relation sexuelles » (p. 55). A commencé par la prise de contact et la séduction dont fait preuve l'enquêtrice ou l'enquêteur pour amener la personne enquêtée à répondre à ses questions.

Si aucunes avances n'ont été faites avant, pendant ou après l'entretien, je me suis retrouvée prise dans le script sexuel de la relation d'enquête auxquels j'ai moi-même participé involontairement. Le café est un lieu d'interconnaissance qui peut créer la suspicion d'un échange hétérosexuel chez les autres clientes et clients présents, « l'entretien en face-à-face [mimant] le tête-à-tête amoureux » (*Ibid.*, p. 55). Accepter ou non que ce soit mon interlocuteur qui règle la note a nécessairement des incidences sur la relation d'enquête. J'ai choisi de le laisser faire, me pliant ainsi aux usages naturalisés d'un rendez-vous hétérosexuel entre un homme et une femme dans un café. Alors que c'est moi qui suis à l'origine de la rencontre, le laisser payer replace le déroulement ordinaire du script sexuel. De plus, comme dans toutes enquêtes ethnographiques, c'est moi qui suis allée à la rencontre du participant, dans un lieu où les normes sociales, notamment sexuelles, sont connues et maitrisées par lui.

1.2 L'ethnographie féministe

En prenant pour prisme le genre, la recherche féministe articule projet politique et projet scientifique qui s'inscrit :

> (…) dans une histoire et une pratique, celles de la lutte de femmes pour obtenir une place et une légitimité dans la communauté des savants et l'engagement explicite dans des solidarités avec d'autres femmes, et plus largement avec divers groupes sociaux dominés (Clair, 2016a, p. 69).

Allant à l'encontre de l'essentialisation des positions, notamment celle de la chercheuse ou du chercheur et donc son « impossible neutralité [...] sur le terrain » (*Ibid.*, p. 70), la perspective féministe marque une rupture épistémologique. En ethnographie féministe, la personne qui enquête ne croit plus que c'est en essayant de se confondre avec les personnes enquêtées qu'elle va produire de la connaissance, ne serait-ce que parce que sa simple présence

influence le comportement du groupe social étudié (Buscatto, 2010). Si la proximité sociale et relationnelle facilite la confiance et la confidence, une pleine proximité ne peut toutefois être atteinte, même en ethnographie, qui a pour tradition l'observation participante « clandestine » (Dargère, 2014, p. 41), à savoir pratiquer une observation à l'insu des individus. Cela est d'autant plus vrai lorsque les propriétés sociales de l'ethnographe et des personnes enquêtées diffèrent, mais également parce que la position de pouvoir dans laquelle se trouve la chercheuse ou le chercheur ne peut être ignorée. De ce fait, l'ethnographie féministe porte une attention aux rapports de pouvoir constitutifs de la relation d'enquête. Cette attention participe à la restitution des expériences telles qu'elles sont vécues, ainsi qu'à la mise en lumière des contradictions et des formes de résistance observées dans les discours et les pratiques.

En études féministes, la réflexivité de la personne qui enquête dans sa démarche fait écho à la position de la chercheuse ou du chercheur en socio-clinique institutionnelle (SCI). Ne pas faire partie du groupe social étudié mais l'intégrer le temps de l'enquête produit des effets sur la production des données. Mon dispositif méthodologique repose sur le fait que j'occupe une autre place que les participants à la recherche dans les rapports sociaux, en particulier les rapports de genre et d'âge. Sans pour autant minimiser les situations d'inhibition ou de sélection dans les discours, ma présence autorise également les participants à dire et penser, notamment à partir de la restitution d'éléments entendus auprès d'autres. De plus, le temps long de l'enquête est un atout pour relever des indices de crédibilité et pour m'appuyer sur des connivences de pratiques (Jeanjean, 2014) et mettre à l'épreuve des points de vue.

La mise en réflexivité des participants, c'est-à-dire non seulement recueillir leurs points de vue mais les amener à s'interroger sur leur propre discours en remettant en question des discours institués présente un intérêt en études féministes pour rendre compte de systèmes de dominations pluriels. Cela peut conduire des participants à des hésitations nouvelles pour eux les conduisant à devoir interroger leurs certitudes dans le moment même de l'échange : *« je sais pas s'il y a une part de vrai mais il y a une part de vrai mais pas pour toutes les femmes je dirais / mais parce que bah par exemple je sais pas comment expliquer ça là il faudrait faut que je vais essayer d'y réfléchir un peu »* (Robin, vingt ans, Grand-Est, étudiant en troisième année de licence de STAPS). Le fait d'être une femme menant une recherche auprès d'une population masculine peut-il alors être un atout méthodologique ?

Enquêter auprès de jeunes garçons pour étudier comment le genre module le travail de l'apparence s'apparente ici plus spécifiquement à une « ethnographie des masculinités » (Rivoal, 2020, p. 119). Cette approche s'intéresse de fait au « genre de la relation d'enquête [et

au] genre du terrain » (Avanza, et al., 2015, p. 9) auquel se confronte et négocie l'ethnographe, qui plus est lorsqu'elle est une femme, tout en l'étudiant.

1.3 Une démarche (n)ethnographique des masculinités

La formule « (n)ethnographie » (Despontin Lefèvre, 2023) souligne la manière dont mon travail de terrain s'est déroulé en et hors ligne mais également l'intérêt de ma démarche pour l'étude des liens entre les espaces sociaux en ligne et hors-ligne, difficilement appréhendable séparément (Hine, 2020). Sigolène Couchot-Schiex et Gabrielle Richard (2020) rappellent le caractère conjoint, « totalement intriquée, imbriquée » (p. 42) au sein de ces espaces, des situations de violences et de cyberviolences.

Lors de l'élaboration de mon dispositif méthodologique, l'approche ethnographique n'était à l'origine pas pensée comme se déroulant également en ligne. Or, il s'avère que j'ai réalisé « un travail d'observation ethnographique sans en avoir ni l'intention ni une conscience claire » (Rubio, 2021, p. 165). Ce travail a été réalisé à partir de mon immersion dans les espaces de sociabilité numérique juvénile des participants (Balleys et Coll, 2015).

Dès mon enquête exploratoire, les entretiens m'ont montré que pour les garçons interrogés, les réseaux sociaux fonctionnent comme un milieu d'interconnaissance. Le degré de publicisation des images publiées d'eux-mêmes dépend du public visé et les profils de réseaux sociaux où leurs abonnées et abonnés comportent des liens faibles comme sur Instagram présentent moins de publications. L'accès au terrain seulement par le biais de l'observation de profils aurait donc été limité et ne m'aurait pas permis d'obtenir des informations sur tous les « contextes de réception [et] de production » (Roginsky, 2020, p. 123) des images. Par ailleurs, je n'aurais eu accès qu'aux profils publics, les profils privés n'étant accessibles que par abonnement. Les échanges par message privé avec des liens forts sont également des pratiques qui ne sont pas apparentes.

Mon travail (n)ethnographique comprend tout le matériau constitué par le transfert de pratiques d'enquête à l'espace numérique tels que les échanges avec les *gatekeepers* (entremetteuses et entremetteurs) au sujet de potentiels participants, ainsi que les moments de prise de contact et de relance avec les participants sur Instagram, WhatsApp ou par SMS. Toute cette négociation en ligne mise en œuvre dans le recrutement des participants et dans l'organisation des entretiens a à voir avec l'importance accordée aux destinataires des images de soi partagés sur les réseaux sociaux.

À la suite d'une demande d'abonnement mutuel, à l'initiative de certains participants après un entretien individuel, nous avons pu l'un comme l'autre accéder aux images publiées en story ou sur son profil Instagram. L'accès à mon profil et ainsi à des informations me concernant implique une inversion du contrôle de la situation d'enquête par l'enquêtrice et participe à l'instauration d'une relation de confiance. Il était également possible de poursuivre l'échange par *message direct* (DM), de les recontacter pour organiser un entretien collectif ou de leur demander certaines précisions au cours de la phase d'écriture de ma recherche. La (n)ethnographie a pris la forme d'une proximité de longue durée qui a servi à la relation d'enquête qui s'établit, se développe, se poursuit, s'interrompt en ligne. Cette approche a également permis d'enrichir le matériau empirique et la justification méthodologique de ma démarche (Rubio, 2021).

Par ailleurs, à la triangulation des méthodes de production des données (observations, entretiens individuels et collectifs), s'est ajoutée une triangulation des données recueillies en ligne et hors ligne. Les différentes pratiques socionumériques des participants ont été envisagées à partir de plusieurs sources d'informations me permettant de recouper ou de préciser certaines données recueillies et d'affiner mes analyses. Les échanges en entretien ont été complétés par l'observation de certaines productions d'images sous indications des participants en entretien. Cela a eu lieu suite à ma demande ou non. En effet, certains d'entre eux consultaient leurs réseaux sociaux pendant l'entretien pour confirmer leur discours, pour me montrer comment ils utilisent un réseau social spécifique ou leur profil, à l'instar d'Augustin (vingt ans, Ile-de-France, étudiant en école de psychologie) en entretien individuel en présentiel : *« c'est plus simple que je te montre en fait / attends [sort son téléphone et va sur Reddit] »* et de Rudy (seize ans, Auvergne-Rhône-Alpes, lycéen en classe de terminale voie générale) en entretien individuel à distance : *« je poste vraiment pas / je vais regarder mon compte [Instagram] / il me semble que j'ai rien du tout sur Instagram / ouais j'ai rien je sais pas si vous voyez c'est vide [montre l'écran de son téléphone à la caméra] »*. Ainsi, ce sont les participants qui me montrent la manière dont ils apparaissent sur les réseaux sociaux. Ils soutiennent également l'interprétation des données d'observation (Myles, 2020) en me donnant accès aux coulisses derrière la publication : la capture, l'édition, les réactions du groupe de pairs et les interactions produites.

L'ethnographie en ligne soulève de nombreuses préoccupations éthiques au sujet de l'accès aux données, de leur recueil et de leur utilisation incognito, c'est-à-dire à l'insu des utilisatrices et utilisateurs observés (Hine, 2020 ; Latzko-Toth et Pastinelli, 2022). Ces

discussions m'ont incitée à prendre des précautions dans l'élaboration de mon dispositif méthodologique. La mobilisation de *gatekeepers* pour obtenir les informations de contact de mes participants et leur transmettre les miens (numéro de téléphone et/ou profil Instagram) a constitué une de ces précautions. Certains participants ont ensuite pris l'initiative de me contacter en premier. Les images qu'ils ont choisies de me montrer lors des entretiens, ainsi que les demandes d'abonnement initiées par eux, ne sont pas seulement des méthodes de recueil de données, elles constituent d'autres mesures prises pour garantir le consentement des participants à ma recherche.

Au cours de mon immersion (n)ethnographique, j'ai accordé une attention particulière au langage utilisé par les participants lors des entretiens, notamment lorsqu'ils décrivaient leurs pratiques socionumériques, en particulier celles liées aux images. Entrer sur un terrain et y interagir avec un groupe social dont on n'est pas déjà membre suppose de comprendre son langage (Beaud et Weber, 2010). J'ai donc été attentive aux mots et expressions utilisées par mes interlocuteurs. La plupart sont produits par les réseaux sociaux eux-mêmes et accompagnent le développement de leurs fonctionnalités d'une part et une partie de ces termes m'étaient déjà familiers mais c'est l'usage qui en est fait par les participants à l'enquête qui en fait un langage propre.

J'ai croisé ces données verbales avec mes observations des images partagées en story ou sur le profil des participants auxquels je suis abonnée. La rédaction d'un glossaire s'est ainsi ajoutée à ma démarche ethnographique comme manière de rendre compte du vocabulaire en usage sur mon terrain et des significations sociales et techniques que les jeunes garçons attribuent à leurs pratiques sur les réseaux sociaux. Si j'insère ce glossaire dans le corps du texte du mémoire et non avant son introduction, c'est qu'il constitue pour moi davantage un résultat d'observation qu'un outil d'aide à la lecture du mémoire. Cependant il est bien sûr les deux à la fois.

Glossaire des termes utilisés dans le travail de l'apparence sur les réseaux sociaux d'images

Abonnées et abonnés, amies et amis, *followers* (des) : Personnes qui se sont abonnées à un profil sur un réseau social.

Algorithme (un) : Classe les contenus du réseau social. L'algorithme ajuste le contenu affiché dans le fil d'actualité ou les recommandations d'une utilisatrice ou utilisateur en utilisant des données sur ses comportements de navigation tels que : ses abonnements, ses *likes* et

commentaires, les comptes avec lesquels elle ou il interagit le plus, le temps passé sur certaines publications.

Bio (une) : provient de l'anglais *biography*. Section du profil dans laquelle l'utilisatrice ou l'utilisateur peut rédiger une courte présentation et y ajouter des *emojis*.

Carrousel (un) : Publication composée de plusieurs photos et/ou vidéos auxquelles il est possible d'ajouter un extrait musical. Ce format a été popularisé par Instagram.

Commenter : Publier un commentaire sous la publication d'une utilisatrice ou utilisateur qui sera visible par ses abonnés. Il est aussi possible de commenter sous la forme d'un message privé. Le commentaire ne sera alors visible que par l'utilisateur.

Direct Message (DM) (un) : Envoyer un message privé à une utilisatrice ou utilisateur via la messagerie instantanée (chat) du réseau social.

Double Tap (un) : Action de taper deux fois du doigt sur une publication pour la liker, soit exprimer son appréciation.

Emoji (un) : Petite image utilisée pour exprimer une émotion, une idée ou une action dans un message privé ou encore pour commenter une publication.

Feed (un) : Fil d'actualité d'une utilisatrice ou d'un utilisateur permettant de suivre ses abonnements et d'accéder à d'autres contenus (publicitaires ou non) proposés par l'algorithme du réseau social.

Liker : provient de l'anglais *to like*. Réagir à une publication avec un *like* (un j'aime) pour montrer son appréciation.

Live (un) : Fonctionnalité vidéo en direct d'un réseau social.

Même (un) : provient de l'anglais *meme*. Image caractérisée par sa parodie, satire ou sarcasme qui est reprise, modifiée et partagée massivement par les utilisatrices et utilisateurs. Le même est très utilisé pour commenter l'actualité sur Twitter (X).

Publication (une), *post* (un) : Contenu publié par une utilisatrice ou un utilisateur et visible par les personnes abonnées à son profil. Il peut s'agir d'un texte, d'une ou plusieurs photos et/ou vidéos, accompagné ou non d'un extrait musical.

Publier, partager, poster : Partager une publication éphémère (en *story*) ou permanente (sur son profil).

Profil (un) : section qui présente une utilisatrice ou utilisateur aux autres membres du réseau social selon ses paramètres de confidentialité (privé/public). Le profil contient son nom, sa photo de profil, sa bio et ses publications.

Republier, (re)partager : Publications d'une autre utilisatrice ou utilisateur repartagées dans sa story ou échangées par le biais de la messagerie instantanée afin qu'une ou un, plusieurs ou l'ensemble de ses abonnés en prennent connaissance.

Screener : provient de l'anglais *to take a screenshot*. Faire une capture d'écran du contenu affiché sur un écran d'ordinateur ou un smartphone.

Scroller : provient de l'anglais *to scroll.* Faire défiler le contenu du doigt comme sur le fil d'actualité d'Instagram. Scroller consiste en une action lente et continue.

Selfie (un) : Autoportrait numérique capturée avec la caméra avant de son smartphone. L'ouverture de l'application Snapchat présente le mode *selfie* de la caméra.

Snap (un) : image généralement capturée directement dans l'application Snapchat, puis envoyée à un ou des contacts spécifiques dans une conversation privée (*chat*) ou partagée en *story.*

Snapper : Capturer et envoyer un *snap* sur Snapchat. Snapper fait généralement référence à l'envoi de photos ou de vidéos via le *chat* mais il est aussi utilisé de manière plus générale pour inclure les publications partagées en *story*.

Stalker : provient de l'anglais *to stalk.* Regarder régulièrement les publications d'une personne sans qu'elle le sache.

Story (une), *stories* (des) : Photos et/ou vidéos éphémères visibles pendant vingt-quatre heures. Ce format a été popularisé par Snapchat.

Storytime (une) : format vidéo face caméra (en mode *selfie*) sur les réseaux sociaux qui consiste à partager une anecdote personnelle.

Suivre, s'abonner : Devenir abonnée ou abonné à un profil pour suivre son contenu. Les nouvelles publications du profil s'afficheront alors sur le fil d'actualité de l'abonnée ou de l'abonné.

Swiper : provient de l'anglais *to swipe*. Faire glisser son doigt vers la gauche, la droite, le haut ou le bas pour effectuer un choix ou une action, telle que passer d'un contenu à l'autre présent dans le flux de vidéos courtes au format vertical affichées dans l'onglet « *For You* » de TikTok ou l'onglet « *Réels* » d'Instagram. Swiper consiste en une action brève et répétée.

Trend (une) : Tendance actuelle au sein de la communauté de followers d'un réseau social. Elle est reproduite par un grand nombre d'utilisatrices ou utilisateurs sur un temps court et remplacée rapidement par une autre. Pour exemple, les challenges reproduits sur TikTok sont des *trends*.

Vertical (vidéo courte au format) : Format spécifique de vidéo diffusé en flux continu sur l'onglet dédié d'un réseau social. L'utilisatrice ou l'utilisateur effectue un *swipe* pour passer d'une vidéo à l'autre. Ce format a été popularisé par TikTok. Adaptée à l'écran d'un smartphone, le format vertical correspond à un type de vidéo plein écran en mode portrait, conçue pour être courte et immersive afin de capter rapidement l'attention.

Cette liste n'est certainement pas exhaustive. Elle évolue en continu avec les pratiques socionumériques juvéniles et le développement des fonctionnalités sur les réseaux sociaux d'images offrant de nouvelles possibilités relatives aux images connectées.

Chapitre 2 - Apports de l'approche socio-clinique institutionnelle (SCI)

2.1 L'analyse institutionnelle (AI)

L'Analyse institutionnelle, théorisée par René Lourau en 1969 dans une thèse d'Etat qui sera publiée l'année suivante (1970), a pour objet de conceptualiser la dynamique institutionnelle. À partir de la dialectique institué/instituant/institutionnalisation, l'institution est une dynamique dans laquelle se manifestent des rapports de pouvoir entre des normes sociales et des pratiques en place (institué) qui à la fois contraignent et relient les individus, des pratiques ou des discours qui viennent nier l'institué (instituant) et un processus d'institutionnalisation (manière dont l'institué et l'instituant interagissent pour redéfinir en permanence l'institution). Cette dynamique est traversée par de multiples contradictions dans lesquelles les individus sont pris et agissent, même lorsque cela leur échappe. C'est ce qui constitue les implications (Monceau, 2010).

René Lourau élabore avec Georges Lapassade (1971) une méthode d'intervention, l'intervention socianalytique, pour développer une « analyse institutionnelle en situation d'intervention » se caractérisant par six opérations (l'analyse de la commande formelle pour accéder aux demandes plus complexes qu'elle dissimule, l'autogestion de l'intervention par le groupe client, la restitution en séance du non-dit « institutionnel », l'élucidation de la transversalité, l'analyse des implications des intervenants, la construction et l'élucidation des analyseurs). Cette liste, qui ne se veut pas figée, a été structurante par la suite dans les pratiques socianalytiques puis en socio-clinique institutionnelle (Monceau, 2003).

L'approche socio-clinique institutionnelle (SCI) est adossée à l'AI et reconnait une diversité de modalités de pratiques d'intervention et de recherche à partir d'un même cadre théorique. Alors que l'intervention socianalytique se caractérisait par sa brièveté (2 ou 3 jours), la socio-clinique institutionnelle développe des démarches d'intervention et de recherche qui peuvent s'étendre sur plusieurs mois voire plusieurs années. Cette temporalité différente s'accompagne d'une attention portée aux effets de la recherche sur la production de résultats mais aussi sur les participants et les situations qu'ils vivent. Huit principes guident ainsi la démarche de recherche (de Saint Martin et al., 2024) :

- l'analyse de la commande et des demandes
- la participation des sujets au dispositif
- le travail des analyseurs donnant accès à des enjeux qui ne s'expriment pas ordinairement
- l'analyse des transformations qui se produisent au fur et à mesure du travail
- la mise en place de modalités de restitution qui retournent les résultats provisoires du travail aux partenaires de terrain
- l'analyse des implications primaires et secondaires
- la visée de production de connaissances
- l'attention au contexte et aux interférences institutionnelles dans lesquels sont impliqués les chercheurs et les autres participants.

La SCI a une dimension clinique dont l'enjeu est l'« appropriation au moins partielle du travail analytique par les sujets concernés » (Monceau, 2019, p. 596) à partir de leur mise en réflexivité. Cette dimension donne un nouveau statut au sujet. Si je dis aux participants ce que je fais, les questions que je me pose, j'ai constaté que cela les met en recherche avec moi et leur donne la possibilité d'y participer par la mise en contact avec d'autres personnes, le partage de

leur expertise et de leurs perceptions sur mes analyses précédentes. Bien sûr, cela leur donne aussi la possibilité de dissimuler certaines de leurs expériences ou de leurs points de vue.

Pour cette recherche, la participation des sujets à la démarche se développe à partir de deux phases de restitutions successives des résultats de mon enquête exploratoire, d'abord en entretien individuel puis en entretien collectif (respectivement deuxième et troisième phase du dispositif méthodologique).

Les restitutions revêtent deux modalités. Elles sont à la fois croisées, parce qu'elles consistent en l'introduction, au cours des entretiens, d'éléments collectés auprès d'autres participants et « perlées » (Monceau, 2003, p. 30), parce qu'elles se déroulent tout au long de l'enquête pour tester mes interprétations auprès des participants. Les interprétations, regroupées par thèmes sous la forme de questions ouvertes dans chaque guide d'entretien se sont donc construites de manière collaborative tout au long du travail de terrain entre les temps de collecte auprès des participants. Ainsi, le guide d'entretien pour les entretiens individuels a été rédigé suite à l'enquête exploratoire par entretiens individuels et observations et le guide d'entretien pour les entretiens collectifs après la phase d'entretiens individuels.

Les garçons participants sont impliqués dans les réseaux sociaux à travers ce qu'ils en disent. Ils révèlent des contradictions, des tensions qui ne sont pas que les leurs. En entretien, c'est par un travail individuel et collectif avec eux sur la saisie de leurs implications socionumériques que j'ai accès à ces ambivalences. Les expériences des participants, dont mes résultats sont issus, peuvent servir de points d'appui pour interroger les pratiques socionumériques d'autres jeunes garçons.

L'implication fait partie de l'outillage conceptuel de l'AI dès les années 1970, comme extension du concept de contre-transfert institutionnel (CTI), construit dans les années 1960 et issu de la psychothérapie institutionnelle. La définition du CTI produit une nouvelle posture théorique et épistémologique :

> L'analyste, le chercheur, le socianalyste ou le praticien qui a ce projet d'analyse de l'institution, contribue doublement à la production dynamique de la forme sociale mise en analyse. D'une part, il est coproducteur de la situation, au même titre que les autres participants et dans le même aveuglement et, d'autre part, il y intervient également à un second niveau en tant que réponse à ce que les participants projettent sur lui comme conducteur d'une situation d'analyse lorsque celle-ci est clairement visible (Guillier, 2003, p. 41).

Le CTI met en avant une double dimension contradictoire du contre-transfert. D'une part, la position de chercheuse ou chercheur le place en expert, possédant un savoir-faire, soucieux de maîtriser son rapport à la situation sociale étudiée à laquelle il est extérieur. D'autre part, la chercheuse ou le chercheur n'est pas neutre et participe à la (re)production des rapports sociaux au sein de cette même situation (*Ibid*.).

L'analyse des implications en AI prolonge l'usage du CTI, d'abord dans le cadre d'interventions socianalytiques, puis à toute situation de recherche. Ces implications désignent les rapports que les individus entretiennent avec les institutions. Au caractère multidimensionnel, les implications se réalisent et s'actualisent différemment en fonction des contextes sociaux, historiques, politiques et de la trajectoire personnelle et professionnelle de la chercheuse ou du chercheur. Elles témoignent ainsi de la partialité de cette dernière ou de ce dernier (Guillier et Samson, 1997/1998).

Lourau différencie et décline les implications primaires, « susceptibles d'être formulées et analysées dans *la situation* d'intervention » (Lourau, 1994, p. 6) et les implications secondaires « moins directement analysables par le chercheur (individuel ou collectif) dans le temps même où il produit un acte de recherche » (Lourau, 1988, p. 15). Les implications primaires sont celles qui s'actualisent sur le terrain : le rapport à l'objet et au terrain, la relation d'enquête, les méthodes, techniques et outils d'enquête utilisés. Les implications secondaires, qui ne se voient pas directement sur le terrain mais qui sont déterminantes dans la façon dont l'enquête est conduite, comprennent le cadre de références théoriques et épistémologiques, le rapport à l'écriture et à l'exposé final de la recherche, l'histoire personnelle et familiale. Dans sa dimension collective, les implications de la chercheuse ou du chercheur ne sont pas figées, elles s'actualisent dans les relations avec les sujets de la recherche et l'analyse doit par conséquent être réalisée tout au long du processus de recherche. L'analyse des implications permet de questionner la manière dont le travail de recherche se réalise. Le journal de recherche, outil d'analyse qui permet à la chercheuse ou le chercheur de s'observer, l'aide à expliciter ses implications.

En SCI, l'analyse des implications concerne aussi bien les chercheuses et chercheurs que les autres participants à leurs travaux, « en identifiant leurs implications dans les rapports de pouvoir et les processus d'institutionnalisation » (Monceau et Fortuna, 2020, p. 124) des institutions concernées par la recherche. Cela, afin « de soutenir l'identification, l'analyse et l'exercice du pouvoir par les sujets dans les institutions » tout en saisissant les dynamiques institutionnelles à l'œuvre (*Ibid.*, p. 118).

Ainsi dans cette recherche, c'est en menant avec les participants l'analyse de leurs implications dans les réseaux sociaux d'images que j'ai pu avancer dans ma compréhension. Ce faisant, mes propres implications socio-numériques étaient elles aussi mises en jeu.

2.2 Pour une approche réflexive de l'écriture : l'Effet Goody

Lourau (1988, p. 144-145) fait la distinction, bien qu'il précise que cette distinction ne signifie pas séparation absolue, entre le journal de terrain « rédigé pendant la recherche sur un terrain qui exige une grande présence et beaucoup d'actes d'observation » et le journal de recherche. Ce dernier, rédigé à partir de données recueillies antérieurement sur le terrain qui nourrissent des pistes d'analyse, sert ainsi à la rédaction de la recherche ou à la mise en forme des résultats de la recherche.

Dans mon journal de recherche, mes notes ne sont pas toujours datées, quotidiennes ou quasi quotidiennes, mais elles sont écrites de manière rapprochée et renseignent sur la recherche en train de se faire. Elles donnent des indications et nourrissent des réflexions méthodologiques, indiquent une chronologie des entretiens individuels et collectifs et font dialoguer des extraits de matériau empirique et des pistes d'analyse. Enfin, elles soulignent plusieurs niveaux d'analyse de mes implications (en particulier le rapport à mon objet de recherche et mes relations avec les participants).

L'effet Goody a été proposé par René Lourau dans la conclusion du *Journal de recherche. Matériaux d'une théorie de l'implication* (1988). Il désigne l'effet de rétroaction de l'exposé final de la recherche sur les « procédures d'investigation, le recueil de données » et plus largement sur le « regard du chercheur », le « rapport observateur/observé ». Cet effet fait référence aux travaux de l'anthropologue britannique Jack Goody, qui interroge les effets de l'écriture sur la manière de restituer mais aussi sur l'écriture comme une forme de pensée, un rapport au monde. Il suggère par exemple que la mise en tableau des résultats transforme les données, systématisant une pensée binaire dans le cas du tableau à double entrée (Samson, 2018).

Si notre manière de voir et de décrire est située et renvoie à notre perception, si elle est modulée par nos propriétés sociales, nos implications universitaires sont toujours présentes. Mon statut universitaire de doctorante qui doit conduire une recherche pour produire un mémoire, des articles scientifiques, des chapitres d'ouvrages, etc. peut m'amener à ne pas voir, entendre, questionner certaines pratiques ou relations, certains discours ou rapports sur le terrain. La manière dont on fait de la recherche est en fait orienté par ce que l'on sait devoir

produire à l'issue de la recherche pour l'institution universitaire. L'effet Goody serait donc un phénomène institutionnel auquel l'ensemble des chercheuses et chercheurs est soumis, bien que chacun soit impliqué différemment. « Cette rétroaction, cette régulation de l'entrée sur le terrain par la sortie dans l'écriture » (Lourau, 1988, p. 247) m'invite à porter une réflexion sur mon travail d'écriture de thèse, réflexion qui fait partie de l'explicitation de ma démarche de recherche et de l'analyse de mes implications.

Au cours de mes recherches, j'identifie deux moments d'apparition de l'effet Goody. Le premier a eu lieu lors du passage d'un travail réflexif pour soi dans mon journal à un travail réflexif exposé aux autres. La réflexivité quant à ma place de chercheuse, l'explicitation de la relation d'enquête et la restitution des échanges avec les participants, en particulier informels et parfois en ligne, sont inhérents à l'approche ethnographique. Ces informations parsèment mon journal de recherche. Parmi celles-ci on trouve : l'explicitation de la négociation d'accès au terrain par le biais d'échanges de SMS ou de messages sur les réseaux sociaux, les silences et les refus d'entretien, le partage de mes expériences et de certaines de mes photos en entretien, enfin le fait d'avoir gardé le contact avec certains participants en enregistrant leur numéro de téléphone ou en se suivant mutuellement sur Instagram et donc en ayant accès à leur profil et à leurs stories. Pourtant, je me suis demandée ce qui serait dicible ou non dans la restitution de la fabrique de mon dispositif méthodologique dans mon mémoire de doctorat.

À propos du « tabou méthodologique » que revêt la sexualité dans la relation d'enquête, Isabelle Clair (2016b, p. 65) interroge l'asymétrie opérée par les chercheuses ou les chercheurs « qui font parler les autres alors qu'eux/elles-mêmes opèrent des tris qui ne sont pas toujours justifiés au regard de l'administration de la preuve scientifique quand il s'agit de parler d'eux/elles-mêmes ». Ses propos ont fait écho à mes interrogations sur la légitimité et la nécessité de rapporter, dans l'écriture de la recherche, des expériences et des photos partagées concernant mon propre corps et sa publicisation sur les réseaux sociaux. Cela en particulier en tant que femme, dans un contexte social où le corps féminin est sexualisé. Montrer certaines photos de moi publiées sur mon profil Instagram et aborder certaines expériences amoureuses ou de séduction en entretien pour les faire dialoguer avec celles des participants semblent alors constituer des formes de « manifestations de la sexualité dans l'enquête » (*Ibid.*, p. 65) qui ont eu des effets sur la relation d'enquête et le matériau récolté. En rendre compte dans mon écrit passera-t-il pour une entreprise de séduction et remettre en question ma scientificité ? Taire la sexualité, notamment les récits de soi sexuels, ne relève pas toujours du déni. Les implications dans l'institution académique et dans « les ordres hiérarchiques organisés par le genre et la

sexualité, mais aussi la classe, l'âge et la race » (*Ibid*., p. 64), peuvent empêcher d'en dire quoi que ce soit. Des précautions ont pourtant été prises. Ma position de doctorante et le cadre des entretiens ont été présentés aux participants par les *gatekeepers,* explicités par moi lors de la prise de contact et rappeler dans les formulaires de consentement (dont un exemplaire est situé en annexe) envoyés avant entretien.

L'exposé final, par rapport au journal de recherche, mobilise une autre forme d'écriture scientifique : indélébile, transmissible et marquée par l'injonction plus ou moins forte selon les théories à l'objectivité. Les tentatives de rédaction constituent une mise à l'épreuve de la prise de distance et « des formes d'acceptabilité disciplinaire » (Calzolaio et al., 2019, p. 1) et théorique de l'écrit.

Saisir les implications dans l'acte d'écrire et de publier, c'est aussi penser le choix de ses lectures tout au long de sa démarche de recherche, second moment d'apparition de l'effet Goody. Ainsi, les choix de lectures s'effectuent en fonction de ce qu'on sait devoir restituer de son travail. Les lectures orientent le regard et restituer son travail, c'est le situer dans un champ disciplinaire, un cadre théorique, épistémologique et méthodologique, un objet scientifique. C'est là où entre en jeu l'importance des références bibliographiques citées dans son exposé final. La lecture d'autres thèses, articles et ouvrages scientifiques, dans sa discipline, portant sur ses objets, recourant aux mêmes approches, témoignent des normes institutionnelles qui régissent le travail d'écriture scientifique. C'est aussi un moyen de confirmer et de conforter ses interprétations. Or, Ruth Canter Kohn (2013) souligne l'utilité d'avoir des lectures ayant d'autres points de vue car « m'appuyer contre peut me stimuler pour mieux saisir où je me place, me conduire à me placer un peu différemment » (p. 34). Alors qu'on pourrait les passer sous silence dans notre état de l'art, c'est aussi la confrontation et le dialogue entre les idées qui font scientificité.

Les études féministes m'ont traversée au cours de ma recherche. Mes lectures dans ce champ ont orienté mon regard ethnographique et socio-clinique institutionnel. Le genre est le concept central avec lequel je pense mon objet, mon terrain, la relation d'enquête avec les participants et les entremetteuses, ainsi que l'analyse de mes résultats. Aussi, le genre n'est pas une simple catégorie d'analyse, il s'inscrit dans un collectif scientifique et un contexte social, historique et politique.

2.3 Pour une analyse des implications de genre

Journal de recherche, notes du 25/01/2024 *:*

> *Lors de la constitution de mon jury de thèse, il allait de soi, pour moi, qu'il serait de composition majoritairement féminine. J'avais à cœur la visibilité d'expertes des systèmes de références théoriques utilisées, soit les études féministes et l'analyse institutionnelle. Lorsque mon directeur de thèse m'a parlé de parité femmes-hommes, je n'en voyais pas la pertinence. L'allusion même me dérangeait. Cet allant de soi à propos d'un entre-femmes est matière à réflexion, d'autant plus après lecture d'un chapitre d'ouvrage écrit par Laurence Gavarini (1986) intitulé* « L'intervention assommoir » *à propos d'une socianalyse conduite au sein d'une association féministe, terrain alors inédit. Etre chercheuse femme donne-t-il une plus forte légitimité dans l'intérêt porté au genre comme objet ou sur le terrain et à l'analyse des implications de genre dans ses recherches ?*
>
> *Mon directeur de thèse m'a très justement fait remarquer que cet entre-expertes, en termes d'objets et théories, limiterait la discussion à des personnes familières qui chaussent les mêmes lunettes scientifiques, soit des femmes féministes. Or, les études féministes ont un enjeu de transformation sociale. Cette volonté d'une analyse de ma recherche doctorale seulement par des femmes féministes n'était-ce pas justement en limiter la portée féministe ? N'était-ce pas également un moyen d'en comprendre et maîtriser l'analyse ? Si je souhaitais que mes recherches jouent pleinement leur rôle féministe, même dans le cadre de ma soutenance de thèse, il me fallait ouvrir la discussion à d'autres universitaires. Ce qui, par la même occasion, rappellerait le manque de chercheurs hommes sur ces questions. Ce « principe institué du féminisme » qui ne l'est plus tant que ça (Ibid., p. 293) entrait également en dissonance avec le choix de ma population d'enquête, d'interroger des garçons pour documenter ce groupe social et les masculinités, ainsi que la dimension relationnelle du genre.*

La genèse du concept d'implication au sein de l'analyse institutionnelle entamée précédemment me permet également de le mettre au travail, de l'actualiser dans le croisement

de mes approches méthodologiques. Bien qu'elles proviennent de deux traditions scientifiques différentes, la posture épistémologique féministe du positionnement (Pereira, 2012b) fait fortement écho à celle en AI en ce qui concerne :

- La mise en réflexivité de la chercheuse ou du chercheur tout au long de sa démarche de recherche : nous sommes objectivement pris dans la situation étudiée qu'on le veuille ou pas,
- La réévaluation de la définition de l'objectivité scientifique : inclure le regard impliqué de la personne qui enquête,
- L'intérêt épistémologique est associé à un engagement politique : mettre au jour des ordres hiérarchiques, donner la parole et reconnaitre les expériences de groupes sociaux minorisés dans la production académique.

Ces postures épistémologiques convergentes ont émergé dans le contexte de remise en question de l'institution scientifique dans « ses implications politiques : la vérité scientifique est un discours orienté - et non 'neutre' - par le contexte social dont les rapports de forces et les enjeux s'impriment, via le chercheur et à son insu, dans la connaissance produite » (Guillier et Samson, 1997/1998, p. 19).

Une publication de Laurence Gavarini (1986) m'a particulièrement donné à penser, elle rapporte et analyse une intervention socianalytique stoppée par l'impossibilité de faire face au tabou sexuel impliquant un socianalyste et une cliente. La composition mixte de l'équipe d'intervention, dont faisait partie Laurence Gavarini a fait apparaitre, dès la phase exploratoire, que l'entrée des hommes et de l'hétérosexualité au sein de l'association féministe cliente, étaient sources de tensions dans les relations entre les clientes et de points de résistances à l'analyse. Ainsi, la présence d'hommes analystes était pensée par le groupe d'intervention socianalytique comme un « analyseur construit », tant la différence introduite « permettait aux différences du milieu d'émerger » (*Ibid.*, p. 301). Cependant, la mixité du groupe établie n'a pas été l'objet d'une analyse des implications des analystes,

> Sans doute la question sexuelle restait taboue entre nous, ce qui nous interdisait de la travailler dans toutes ses éventualités, préalablement à la socianalyse. Il eut pourtant été pertinent, analytiquement parlant, de commencer par interroger dans toutes ses implications notre option pour une équipe sexuée que nous savions indésirable et les fantasmes sexuels qu'elle véhiculait (*Ibid.*, p. 305).

La mixité du groupe a finalement été acceptée par les clientes qui ont procédé à une asexuation des analystes au profit de leurs compétences professionnelles : « l'analyse apparaissait comme une intervention technique et les analystes comme des opérateurs neutralisés par leur technique » (*Ibid.*, p. 304). Mais, durant l'intervention, une relation sexuelle a eu lieu entre l'un des membres hommes de l'équipe intervenante et l'une des membres du groupe de femmes féministes, la commanditaire de l'intervention. Lors de la restitution de cette relation qui prenait la forme d'une transgression, lors de la séance suivante, l'analyste concerné d'une part (en se taisant) et les femmes de l'association d'autre part ont refusé que cette situation soit analysée collectivement. Ce refus a mis fin à la relation analytique.

Les réflexions de Laurence Gavarini (1986) à propos du tabou méthodologique et analytique que recouvrent le genre et la sexualité dans la relation d'intervention et par élargissement dans l'enquête ont attiré mon attention sur l'absence de réflexion sur les manifestations du genre et de la sexualité dans l'analyse de ses rapports institutionnels. C'est pour cela que je propose d'intégrer à l'analyse des implications une perspective de genre. Associer le concept de genre à celui d'implication, c'est partir d'une grille de lecture des rapports que les individus entretiennent avec les institutions où se pose d'entrée la question des rapports de genre.

A plusieurs moments de mon enquête, j'ai été invitée à repenser ma conceptualisation du genre pour comprendre les imbrications entre les différents rapports sociaux exprimés sur le terrain. Cela a été particulièrement le cas au sujet de l'articulation entre genre et sexualité. Les discours des participants ont attiré mon attention sur l'hétéronormativité qui s'exprime conjointement aux rapports de genre dans le travail de l'apparence sur les réseaux sociaux d'images. L'hétéronormativité est définie comme étant :

> Le système, asymétrique et binaire, de genre, qui tolère deux et seulement deux sexes, où le genre concorde parfaitement avec le sexe (au genre masculin le sexe mâle, au genre féminin le sexe femelle) et où l'hétérosexualité (reproductive) est obligatoire, en tout cas désirable et convenable (Butler, 2005, p. 24).

Le travail de l'apparence sur Instagram est toujours pensé dans un cadre de séduction en direction de l'autre sexe, surtout lorsque les garçons parlent de celui des filles. De fait, la sexualité, plus particulièrement ici l'hétérosexualité, constitue également une manière de se présenter aux autres. Elle manifeste la différenciation, l'asymétrie et la complémentarité entre

les filles et les garçons et constitue « *un* foyer possible de la fabrique du genre » (Clair, 2013, p. 112) sur les réseaux sociaux d'images, sans pour autant être le seul.

Chapitre 3 - Le dispositif méthodologique

Ce chapitre décrit les trois phases de mon dispositif méthodologique : l'enquête exploratoire (première phase), les entretiens individuels (deuxième phase) et les entretiens collectifs (troisième phase). Pour les deux dernières phases, intervenues lors de ma recherche doctorale et ayant pour toile de fond le travail (n)ethnographique, la population d'enquête est présentée, les techniques d'enquête mobilisées (le recours à des *gatekeepers*, l'usage de la *photo elicitation*, le partage de récits de soi et la remobilisation des mêmes participants au cours de l'enquête) vont y être explicitées et la méthode d'analyse des entretiens est justifiée.

3.1 Première phase : L'enquête exploratoire

Pour mémoire, l'enquête de terrain auprès des jeunes garçons a débuté dans le cadre de mes travaux de master recherche, par une observation participante (Kohn et Nègre, 2003) de quatre mois (entre février et juin 2019) combinée à des entretiens compréhensifs individuels au sein de deux lycées situés en région parisienne (Cyrille, 2020). Lors de la recherche doctorale, les entretiens individuels (seconde phase du dispositif méthodologique) ont été menés à partir d'une restitution des trois principaux résultats de cette enquête, déclinés dans la partie I de ce mémoire.

Assistante d'éducation au sein du lycée général et technologique (lycée A) dans lequel j'ai mené mon observation participante en mode incognito, je me suis familiarisé avec l'approche ethnographique. J'entame mes réflexions sur les liens entre terrain et méthode d'enquête, ma posture d'enquêtrice, mon degré de participation, les possibles effets de mon statut professionnel, la relation d'enquête avec des jeunes, ainsi que sur mes implications, en particulier dans leur dimension genrée. J'expérimente alors différentes formes d'entretiens durant lesquels je recours à la *photo elicitation*. Je conduis ensuite treize entretiens compréhensifs (Kaufmann, 2016) individuels au sein d'un second lycée polyvalent des métiers (lycée B), un entretien exploratoire individuel ayant été réalisé auparavant dans le lycée A. Je me suis aussi essayée à l'entretien collectif avec trois garçons, également dans une visée compréhensive, ceci au domicile familial de l'un d'entre eux. Les seize participants étaient des garçons âgés de quinze à vingt ans issus de milieux sociaux variés.

Mes expériences et réflexions méthodologiques au cours de cette enquête exploratoire ont servi à la construction du dispositif méthodologique de ma recherche doctorale. Elles ont d'abord concerné le choix du terrain d'enquête. La plus grande partie de l'enquête s'était déroulée au sein de l'institution scolaire. Même en étant salariée de l'Éducation nationale à ce moment-là, j'ai éprouvé les « barrières de protection » (Monceau et Soulière, 2017, p. 5) qui entourent les élèves lors de la mise en place de l'enquête. J'ai dû obtenir l'accord des conseillers principaux d'éducation et soumettre une demande d'autorisation aux chefs d'établissements avec certains documents à l'appui. Dans mon mémoire de master, j'expliquais que pour la conduite des entretiens au sein du lycée B :

> Un document type d'autorisation parentale pour les mineurs et mon guide d'entretien ont été demandés par le chef d'établissement et les conseillères principales d'éducation (CPE) préalablement, afin de vérifier la sensibilité des sujets abordés pour les enquêtés, mais aussi pour les parents, et donc pour l'établissement. Ont également été demandés le lieu des entretiens et les caractéristiques des enquêtés, certains jeunes ayant été approchés par leur CPE (Cyrille, 2020, p. 32).

Par ailleurs, la constante négociation de ma présence auprès des participants ne s'efface pas suite à l'obtention des autorisations administratives (Lapassade, 1991). Il me fallait légitimer ma casquette de jeune chercheuse, par ailleurs jeune professionnelle de l'Education nationale, dont le questionnement portait sur des pratiques ne relevant pas du scolaire, auprès de participants garçons.

Les établissements scolaires sont les premiers terrains potentiels auxquels j'ai pensé pour ma recherche doctorale, car ce sont les établissements fréquentés par des enfants/jeunes où j'ai le plus d'expériences professionnelles. Ce sont également les institutions où j'étais en exercice au cours de mes deux recherches de master. Or, si j'avais fait le choix de passer de nouveau par l'Éducation nationale pour mener mon enquête, n'étant de surcroît plus assistante d'éducation lors de mon entrée en doctorat, je savais que j'éprouverais de nouveau des difficultés dans la négociation d'accès au terrain. Difficultés d'autant plus fortes que je n'avais plus de contact avec l'enseignement secondaire.

Pour autant, les difficultés d'accès au terrain lorsque l'enquête se déroule avec des jeunes ne sont pas exclusivement imputables à l'institution scolaire. Le déroulement de l'enquête pour partie en ligne sur les réseaux sociaux présente également des difficultés. La constante négociation de sa présence auprès des participants est toujours nécessaire : certains

garçons ont refusé un premier entretien, d'autres un second, d'autres encore ont usé du non-dit ou du silence en entretien. Les difficultés rencontrées au cours de mes recherches sont explicitées dans l'ensemble de cette partie méthodologique.

Mise à part l'anticipation de barrières de sécurité institutionnelles susceptibles de compliquer le déroulement de ma recherche doctorale, j'ai souhaité diversifier les terrains d'enquête et rencontrer les participants en dehors de l'École. En effet, je me suis rendue compte de l'influence, dans l'organisation des sociabilités (numériques) juvéniles, de la structure de l'ordre de genre et de sexualité en vigueur au sein des établissements scolaires qui constituaient mes terrains d'enquête. « Chaque lieu possède ses codes, ses interdits, ses permissions, ses modes de relations et ses priorités » (Monceau et Soulière, 2017, p. 9). J'ai pu ainsi relever dans les discours comment se rejouent les rapports de genre et de sexualité en dehors de l'espace scolaire.

3.2 Seconde phase : Les entretiens individuels

L'ancrage ethnographique initial a conduit lors de la recherche doctorale à la construction d'un dispositif méthodologique marqué par deux phases d'entretiens ethnographiques à visée compréhensive, individuels (seconde phase) puis collectifs (troisième phase).

Pour cette deuxième phase, le recours à des *gatekeepers* au sein de réseaux d'interconnaissance de moi-même et des participants a permis la conduite de vingt-deux entretiens individuels entre octobre et décembre 2021 et entre juin et novembre 2022. Cette seconde période fait suite à la relance de l'étude empirique pour diversifier ma population d'enquête. J'ai pu également recontacter d'anciens participants pour un entretien individuel ou pour qu'ils jouent le rôle d'entremetteur auprès d'autres garçons. Les entretiens ont duré entre trente minutes et une heure dix (excepté pour un entretien dont la durée a été de vingt minutes) et se sont déroulés en présentiel ou à distance.

3.2.1 Présentation de la population d'enquête

Suite à l'enquête exploratoire, j'ai souhaité poursuivre ma recherche auprès de participants garçons âgés de quinze à vingt ans, tout en étant plus attentive, lors de l'investigation du matériau, à l'accompagner d'une « analyse des conditions de production du discours : qui est celui qui prononce ces phrases et pourquoi les prononce-t-il ainsi ? » (Kaufmann, 2016, p. 41).

Ainsi, lors de la construction de mon guide d'entretien individuel, j'ai formulé une question permettant de situer socialement les participants en début d'entretien, ce qui conduisait à un premier temps d'interconnaissance : Peux-tu commencer par te présenter en m'indiquant ton âge, ton parcours scolaire, où tu habites, ce que tu veux faire dans la vie et la profession de tes parents stp ?[64]

Les réponses des participants, dont les prénoms ont été modifiés pour des raisons d'anonymat, ont permis de compléter au fur et à mesure des entretiens le tableau intitulé « Participants aux entretiens individuels » présenté ci-après. Cela, afin de suivre les avancées de la constitution de ma population d'enquête et d'avoir une visibilité sur la diversification recherchée à mesure que la collecte de données progressait. Le tableau suivant présente les vingt-deux garçons ayant participé aux entretiens individuels.

[64] Cette question a également été posée aux participants aux entretiens collectifs qui sont arrivés à ce stade du dispositif méthodologique.

Tableau 2 - Participants aux entretiens individuels[65]

N°	Pseudonyme	Age (ans)	Lieu(x) de résidence (région)	Milieu socioprofessionnel de la famille	Situation scolaire ou étudiante	Projet professionnel	Réseaux sociaux utilisés	Date, modalité et durée de l'entretien
1	Basile	19	Domicile familial : Pays de la Loire Domicile étudiant : Ile-de-France	Mère : travaille dans un bureau d'études Père : directeur commercial	Etudiant en première année de licence de droit français – Common Law.	Il souhaite poursuivre dans le droit comparé anglo-saxon et français et rêve de devenir avocat en affaires internationales.	Instagram Snapchat TikTok	29/10/2021 en présence 30 minutes et 31/10/2021 à distance 15 minutes[66]
2	Liam	15	Centre-Val de Loire	Mère : vendeuse dans un magasin Père : travaille pour une entreprise dans le	Lycéen en classe de seconde voie générale et technologique.	Il n'a pas encore d'idée précise.	Instagram Snapchat	01/11/2021 A distance 20 minutes

[65] Ce tableau a été rédigé à partir des propos des participants.
[66] L'entretien s'est déroulé en deux temps car celui en présentiel a eu lieu entre deux cours sur son campus universitaire et il partait en vacances le soir-même. Nous avons ainsi convenu de poursuivre l'échange à distance deux jours plus tard.

				secteur pharmaceutique et biotechnologique				
3	Théo	18	Ile-de-France	Mère : directrice des ressources humaines Père : carrossier dans un garage	Etudiant en première année de double licence Histoire – Langues, littératures et civilisations étrangères et régionales (LLCER) anglais.	Théo souhaite poursuivre en master histoire pour enseigner l'histoire à l'étranger.	Instagram Snapchat TikTok Reddit	02/11/2021 A distance 1 h 05
4	Romain	17	Bourgogne Franche-Comté	Mère : ne travaille pas Père : travaille dans le bâtiment	Lycéen en classe de première voie professionnelle commerce en alternance.	Il n'a pas de projet précis mais le secteur commerce lui plait.	Instagram Snapchat TikTok	06/11/2021 A distance[67]
5	Gabin	19	Ile-de-France	Mère : enseignante-chercheure Père : bibliothécaire	Etudiant en première année de licence en informatique et en service civique dans l'aide à l'informatique aux personnes âgées.	Il aimerait travailler dans l'informatique mais ne sait pas encore dans quelle branche. Il pense poursuivre ses études en master.	Twitter Discord Snapchat	11/11/2021 A distance 50 minutes
6	Pierre	20	Domicile familial : Ile-de-France Domicile étudiant : Hauts-de-France	Mère : agent d'accueil dans un musée parisien Père : directeur d'un grand magasin parisien	Etudiant en troisième année d'école de commerce en alternance.	Il souhaite travailler dans les grands magasins.	Instagram Snapchat Facebook	14/11/2021 En présence 1 h 05

[67] L'entretien n'ayant pas été enregistré, je n'ai pas d'indication sur sa durée.

7	Thomas	20	Ile-de-France	Mère : cadre commercial Père : ingénieur informaticien	Etudiant en cinquième année de médecine.	Il veut devenir médecin.	Instagram TikTok Facebook	15/11/2021 A distance 30 minutes
8	Raphael	17	Auvergne-Rhône-Alpes	Mère : cadre de santé à l'hôpital Père : ingénieur	Lycéen en classe de terminale voie générale spécialités mathématiques et physique-chimie.	Il n'est pas encore sûr mais pense au métier d'ingénieur.	Instagram Snapchat TikTok Twitter	16/11/2021 A distance 30 minutes
9	Oscar	20	Domicile familial : Ile-de-France Domicile étudiant : Normandie	Mère : assistante de vie scolaire (AVS) dans un lycée Père : « poste assez élevé dans une banque parisienne »	Etudiant en troisième année d'école de commerce.	Il aimerait travailler dans le domaine de la responsabilité sociétale des entreprises (RSE). Il n'est pas encore sûr du master dans lequel il étudiera ni s'il restera dans son école actuelle.	Instagram Snapchat Facebook	A distance 50 minutes
10	Dany	20	Ile-de-France	Mère : assistante de direction dans un collège Père : chef de projet de formation	Etudiant en troisième année d'école de commerce.	Il aimerait travailler dans le marketing du sport.	Instagram Snapchat Twitter Facebook LinkedIn	20/11/2021 En présence 30 minutes

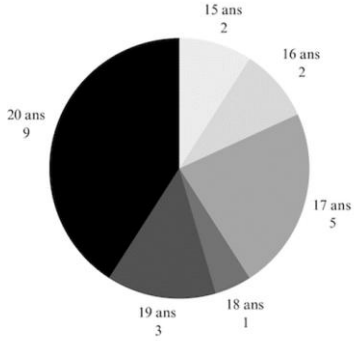
11	Lucas	20	Ile-de-France	Mère : professeure des écoles[68]	Etudiant en troisième année d'école de commerce.		Instagram Snapchat Twitter	20/11/2021 En présence 45 minutes
12	Martin	20	Ile-de-France	Père et mère : réassureurs	Etudiant en troisième année d'école d'ingénieur en alternance.	Il ne sait pas s'il souhaite travailler dans l'ingénierie après son diplôme car l'alternance lui montre que c'est un travail de bureau. Il pense poursuivre ses études un an dans la finance pour obtenir un double diplôme et lui ouvrir de nouvelles possibilités.	Snapchat Instagram Twitter TikTok	20/11/2021 En présence 40 minutes
13	Hakim	16	Occitanie	Mère : agent de service hospitalier (ASH) en établissements d'hébergement pour personnes âgées dépendantes (EHPAD) Père : pré-retraité commerçant indépendant	Lycéen en classe de première voie générale spécialités mathématiques, physique-chimie et sciences et vie de la terre (SVT).	Il souhaite faire des études de médecine.	Instagram Snapchat TikTok	21/11/2021 A distance 25 minutes

[68] Connaissant la mère de Lucas, entremetteuse auprès de Lucas, Martin et Dany, je connais sa profession. En revanche, n'ayant pas suivi le début de mon guide d'entretien lors de l'entretien avec Lucas, j'ai oublié de lui demander la profession de son père et son projet professionnel.

14	Rudy	16	Auvergne-Rhône-Alpes	Mère : dans l'immobilier Père : chef entreprise	Lycéen en classe de terminale voie générale spécialités mathématiques et physique-chimie.	Il souhaite entrer en prépa après le bac puis en école d'ingénieur.	TikTok Instagram Snapchat	28/11/2021 A distance 50 minutes
15	Augustin	20	Ile-de-France	Mère : commissaire aux comptes Père : autoentrepreneur	Etudiant en école de psychologie.	Il souhaite devenir psychologue.	Snapchat Reddit	28/11/2021 En présence 1 heure
16	Nicolas	17	Guadeloupe	Mère : assistante sociale Père : il ne sait pas	Lycéen en classe de terminale voie générale.	Il aimerait travailler dans le secteur médical.	Instagram Snapchat	08/12/2021 A distance 1 h 05
17	Tony	17	Guadeloupe	Mère : aide-soignante Père : sans profession	Lycéen en classe de terminale voie générale spécialités anglais et audiovisuel.	Il souhaite faire de l'animation 2D, de l'illustration ou des courts métrages sur les réseaux sociaux.	Instagram TikTok	12/12/2021 A distance 1 h 10
18	Jérôme	19	Domicile familial : Ile-de-France Domicile étudiant : Grand-Est	Mère : secrétaire administrative Père : en recherche d'emploi	Etudiant en première année de bachelor universitaire de technologie mention génie mécanique et productique (BUT GMT).	Il n'a pas encore d'idée précise.	Instagram Snapchat Facebook	01/06/2022 A distance 1 h 05
19	Stéphane	20	Guadeloupe	Mère : accompagnante d'élèves en situation de handicap (AESH) Père : Ingénieur télécoms et réseaux	Il vient d'obtenir son certificat restreint d'opérateur radio (CRO) suite à une formation maritime.	Il recherche actuellement un emploi pour valider ses diplômes maritimes.	Instagram Snapchat TikTok	01/07/2022 A distance 45 minutes

20	Robin	20	Grand-Est	Mère : infirmière Père : plasticien	Etudiant en troisième année de licence de sciences et techniques des activités physiques et sportives (STAPS) mention ergonomie du sport et performance motrice. En section sportive de canoë-kayak depuis le collège, il détient un aménagement de cursus pour sportif de haut niveau.	Il entre en master STAPS - Ingénierie et Ergonomie de l'Activité Physique (IEAP) à la rentrée. Il hésite entre s'insérer professionnellement dans l'accompagnement ou la recherche et développement ensuite, ou poursuivre ses études en doctorat.	Snapchat Instagram TikTok Facebook BeReal	03/07/2022 A distance 1 heure
21	Maël	17	Ile-de-France	Mère : coiffeuse Père : maçon	Lycéen en classe de terminale voie technologique série sciences et technologies du management et de la gestion (STMG).	Il entre en BTS commerce international à la rentrée et n'a pas encore de projet professionnel défini.	Instagram Snapchat TikTok	16/07/2022 En présence 30 minutes
22	Rémi	15	Pays de la Loire	Mère : assistante bilingue Père : commercial	Collégien en classe de troisième.	Il souhaite poursuivre sa scolarité au lycée général et technologique.	Instagram Snapchat TikTok	04/11/2022 A distance 45 minutes

Ce tableau indique que les garçons ayant participé aux entretiens individuels sont plutôt issus de catégories sociales moyennes ou supérieures mais plusieurs d'entre eux ont grandi dans des environnements plus populaires. Aucun n'a mentionné de difficultés particulières dans son parcours scolaire ou universitaire, lequel s'inscrit dans des filières plutôt valorisées. La plupart expriment des aspirations professionnelles ambitieuses, en lien avec le domaine étudié. Ainsi, si les localisations géographiques (France métropolitaine dont dix en Ile-de-France[69] ou territoire d'Outre-Mer (Guadeloupe)) et les appartenances sociales de ces garçons sont relativement diversifiées, ils sont tous plutôt bien insérés socialement et scolairement. La répartition par âge[70] est la suivante :



La connaissance des propriétés sociales des participants s'est approfondie au fil de l'enquête de terrain et a permis de dégager de micro-portraits (Lahire, 2005) pour certains d'entre eux. Ces portraits, par l'étude de l'imbrication des rapports de genre dans d'autres rapports de pouvoir, font apparaitre en même temps des convergences entre les participants et des particularités interindividuelles qui ont émergé dans l'expression du vécu de chacun. Ils contribuent à la justification de mes résultats au sein de la troisième partie de mon manuscrit.

[69] J'ai retenu le domicile étudiant, excepté pour Pierre qui est en alternance à Paris.
[70] L'âge des participants pris en compte est celui au moment de l'entretien individuel.

3.2.2 Les techniques d'enquête utilisées

Plusieurs techniques d'enquête ont été mises au service de ces entretiens, permettant de compléter la fabrique de mon dispositif méthodologique. Il s'agit du recours à des *gatekeepers* (Lapassade, 1991), de l'usage de la *photo elicitation* (Braizaz et al., 2020), du partage de récits de soi en entretien (Thizy et al., 2021) et de la mobilisation des mêmes participants lors des deux phases d'entretiens. Ces techniques nécessitent ainsi une analyse réflexive autour du statut des données construites et de leurs effets sur l'enquête, en particulier sur la relation d'enquête.

3.2.2.1 L'usage de la photo elicitation et le partage de récits de soi

La *photo elicitation* est une technique d'enquête visuelle qui consiste à faire parler à partir d'images. Elle peut être utilisée de différentes manières. Il est possible de demander aux participants de prendre et/ou d'enregistrer des images pour l'enquête. Pour exemple, c'est le cas de l'enquête de Jenni Niemelä-Nyrhinen et Janne Seppänen (2023) où « il a été demandé à chaque participant de sauvegarder tous les snaps envoyés à son amie ou ami (qui participait à l'étude) au cours d'une journée déterminée, avant les entretiens [traduction personnelle] »[71] (p. 587).

Pour ma recherche, au cours des entretiens, cette technique a permis de susciter la parole des participants et de moi-même, lors du décryptage de photos d'eux, de personnes auxquelles ils sont abonnés ou de certaines de mes photos publiées sur Instagram. Ces images constituent le support d'une mise en réflexivité autour de leur contexte de production et de réception et du type d'images publiées. Les photos ou vidéos présentes dans le fil d'actualité d'un réseau social lorsqu'il est défilé en entretien, indiquent les centres d'intérêt des participants et le type d'images visualisées. La *photo elicitation* constitue une autre manière d'accéder au travail de l'apparence des participants sur les réseaux sociaux d'images, de rendre intelligibles leurs discours sur ces pratiques et celles observées chez leurs pairs.

La prise de contact se faisant pour la majorité sur les réseaux sociaux, j'ai également eu accès à des images qui n'étaient pas sollicitées et qui n'ont pas été traitées durant les entretiens. C'est le cas des photos de profil WhatsApp ou Instagram de ces participants. Pour certains d'entre eux, j'ai été amenée à m'abonner à leur profil Instagram, ce qui m'a donné accès à l'ensemble des images publiées sur leur profil et celles partagées en story. L'usage de la *photo elicitation* a cependant été limité par l'entretien à distance. Il n'a pas été possible lorsque le

[71] "Each participant was asked to save all the snaps they sent to their friend (the one/ones participating in the study) during one appointed day, prior to the interviews".

participant était en vidéoconférence sur son téléphone, ne pouvant me montrer son écran à la caméra.

Le partage de certaines de mes photos est une façon de me raconter sur le terrain, autre technique de recueil de données utilisée au service d'une meilleure intelligibilité de mon objet d'enquête. Implicite et impensé des injonctions méthodologiques à la réflexivité, « se raconter » sur le terrain, soit « les récits de soi produits par la personne qui enquête » (Thizy et al., 2021, p. 115) peut survenir en entretien ethnographique à visée compréhensive de manière spontanée, cet entretien ayant la forme d'une conversation.

J'ai cependant utilisé cette technique d'enquête de manière réfléchie pour plusieurs raisons. Ce type d'entretien nécessite de m'impliquer personnellement pour approfondir l'engagement des participants, m'invite à certains déplacements dans ma position d'enquêtrice (Kaufmann, 2016). J'ai donc fait le choix de me mettre en réflexivité avec les participants dans la production d'une connaissance à leur sujet. Le recours aux récits de soi est une manière d'établir et de renforcer une relation de confiance permettant aux participants de se raconter (Thizy et al., 2021). En partageant nos expériences, nous nous interrogeons ensemble sur le sens de l'acte photographique, de ce qui est photographié et de son partage sur les réseaux sociaux. L'approche ethnographique en est également renforcée. D'une part, familière du terrain en étant membre de certains réseaux sociaux évoqués par les participants, je peux alors créer de la relance dans l'échange à partir de mes propres connaissances. D'autre part, se raconter est une manière d'être avec et de faire avec les participants.

Concernant l'approche socio-clinique institutionnelle, la réflexion conjointe m'a permis d'interroger mes propres représentations en les confrontant à celles des participants et donc de saisir nos implications. En tant que femme, la place prise sur le terrain vient le perturber et permet également de mettre en lumière les rapports de genre et de sexualité à l'œuvre. Ce qui est encore plus visible lorsque je donne à entendre mon propre discours. Me raconter, en m'appuyant sur une connivence de pratiques avec les participants et de genre avec le travail de l'apparence des filles décrites par eux, renvoie les participants à des assignations, au moins de genre, de classe et d'âge.

Je provoque également leur mise en réflexivité en introduisant un autre point de vue. Montrer que je me plie plus ou moins aux normes instituées rapportées par les participants peut les inciter à affirmer leurs propos ou y apporter de la nuance et me permettre d'accéder,

d'approfondir ou de soutenir les formes instituantes évoquées par eux. Cela a ainsi des incidences sur la relation d'enquête et la compréhension de l'objet de recherche.

La mise en réflexivité sur soi se pense aussi pour la chercheuse ou le chercheur au sein du dispositif méthodologique. Les discours des participants sur leur travail de l'apparence, celui du groupe social des garçons et de celui des filles ont opéré un glissement de mon objet vers mon propre travail de l'apparence sur les réseaux sociaux. Le rapport à mon corps et sa présentation sur les réseaux sociaux s'est transformé par le terrain et devient parfois un sujet de discussion avec les participants (Malysse, 2002).

Journal de recherche, notes du 27/01/2024 :

> *En lisant Le journal de recherche de Lourau (1988, p. 175), je tombe sur cette phrase, que je relève aussitôt : « nous sommes nous-mêmes pris, marqués, produits par cet objet que nous prétendons analyser ». A partir de l'observation d'un monde étranger, s'effectue une observation de soi. Mon activité de diariste et de photographe, le rapport à mon corps et sa publicisation sur les réseaux sociaux ont beaucoup changé depuis le début de mes recherches. Me rendant compte de l'importance du travail de l'apparence sur les réseaux sociaux au fil de mon terrain, travail en direction des pairs, les normes instituées rapportées par les participants à propos d'Instagram « vitrine », faisait écho en moi. C'est justement pour cette raison que je partageais très peu de photos ou de vidéos de moi, ne me sentant pas suffisamment bien dans mon corps pour le montrer, en ayant peur de ne pas plaire. J'ai ainsi commencé à complètement modifié mon profil, animée par l'envie de prendre et de publier de belles photos de moi et de paysages, pour laisser des traces, garder des souvenirs, un peu comme un carnet de voyage retraçant mon cheminement.*

3.2.2.2 La mobilisation des mêmes participants lors des deux phases d'entretiens

Journal de recherche, notes du 08/06/2023 :

> *Ces notes ont été rédigées dans le cadre de la préparation de mon comité de suivi de quatrième année de thèse.*
>
> *J'ai un peu d'appréhension à recontacter les participants. Pour beaucoup d'entre eux, l'entretien individuel a eu lieu fin 2021… J'espère qu'ils seront joignables et d'accord pour les entretiens collectifs. Le but étant aussi pour moi de m'intéresser aux effets de la temporalité et de la participation à plusieurs entretiens pour les garçons au cours de la recherche. J'ai aussi la possibilité de chercher d'autres participants en fonction des opportunités liées au terrain. Il faudra cependant que je sois attentive à obtenir certaines caractéristiques sociales obtenues lors des entretiens individuels pour pouvoir situer leur propos.*

Un an voire deux séparent la seconde phase de la troisième, sans contact suivi pour la majorité des participants. Espacer les entretiens faisait courir le risque d'un désengagement des jeunes garçons de l'enquête. Entre les tâches d'enseignement et de représentation des doctorantes et doctorants du laboratoire, l'investissement dans différents collectifs de recherche, une première mobilité doctorale d'un trimestre en Angleterre, le souci de développer mon réseau, des communications sur mes recherches lors de colloques ou de séminaires, la coécriture de publications, les transcriptions et le codage des entretiens individuels, la poursuite de mes lectures…, il me restait peu de temps à consacrer à mon terrain. Cependant, je me familiarisais avec le milieu universitaire, son vocabulaire, ses conditions de visibilité en tant que chercheuse. Et j'avais besoin de ce temps de maturation pour reconsidérer mon terrain.

Il s'agissait alors de tirer parti de la temporalité longue et de restituer aux participants le travail d'interprétation après deux étapes de la recherche, la phase exploratoire et la phase d'entretiens individuels. Lors de la reprise de contact et au cours des entretiens, il me fallait laisser la relation d'enquête s'établir de nouveau, réinstaurer un espace de confiance et de confidence, *a fortiori* lorsque les participants ne se connaissaient pas.

Lors de la seconde phase de mon dispositif méthodologique (les entretiens individuels), sur vingt-deux participants, j'ai retrouvé trois garçons rencontrés lors de l'enquête exploratoire (première phase) : Jérôme en entretien individuel, Lucas et Dany en entretien collectif qui

réunissait trois amis. Jérôme était le seul participant de mon enquête exploratoire avec lequel j'avais gardé contact. En ce qui concerne Lucas et Dany, c'est la mère de Lucas qui a été de nouveau l'entremetteuse permettant l'organisation des entretiens individuels à son domicile.

Lors de la troisième phase (les entretiens collectifs), je souhaitais, autant que possible, retrouver les participants de la seconde (sans toutefois exclure de nouvelles personnes intéressées). Sur douze participants, j'ai pu en rencontrer huit qui avaient participé à la première série d'entretiens. Leurs retours sur les thèmes émergents des entretiens individuels et les discussions qu'ils allaient susciter étaient au cœur de ce deuxième temps de restitution.

Avant chaque entretien collectif, j'ai visionné les entretiens individuels des garçons faisant partie du groupe pour me remémorer leurs points de vue et y faire référence au cours de l'entretien, d'une part pour relever comment ils se situent par rapport aux points de vue des autres participants et du mien, d'autre part afin d'observer s'ils affirment leurs positions, les nuancent ou les infirment. Lorsque j'interroge Jérôme (vingt-et-un ans, étudiant en troisième année d'école d'ingénieur en matériaux) concernant sa particularité d'avoir participé aux trois phases de l'enquête : *« t'as vu l'évolution dans les réflexions ? »*, il me répond : *« ben j'pense que je l'ai observée avec moins de finesse que toi [sourire] mais ouais bien sûr et puis en grandissant en évoluant **moi** dans ma vie forcément toutes les réflexions évoluent »*. Maël (dix-huit ans, Ile-de-France, étudiant en deuxième année de BTS commerce international), qui a participé à la deuxième et troisième phase, rejoint les propos de Jérôme : *« j'ai grandi depuis la dernière fois j'pense que j'ai remarqué des choses que je remarquais pas avant »*.

Les participants ou les entremetteuses ont été recontactées par SMS ou par message sur WhatsApp ou Instagram, réutilisant alors le moyen de contact mobilisé pour l'organisation des entretiens individuels. J'ai parfois redemandé le numéro de téléphone d'un participant à l'entremetteuse concernée lorsque je ne l'avais plus. J'ai pourtant éprouvé des difficultés dans le recrutement des participants pour les entretiens collectifs.

Sophie Duchesne et Florence Haegel (2008, p. 45) qualifient cette étape de « processus difficile », montrant alors que cet obstacle n'est pas propre à mon objet et à ma population d'enquête. Le temps long de l'enquête peut être en cause : nous n'avons pas été en contact pendant un voire deux ans pour certains participants. Les entremetteuses ont alors joué un rôle crucial. Les garçons arrivés à ce stade du dispositif méthodologique ont été approchés par Tatiana et Pauline. Aucun participant n'a endossé le rôle d'entremetteur durant la phase des entretiens collectifs.

Journal de recherche, notes du 05/10/2023 :

> *Lorsque j'ai une explication suite à un refus d'entretien, le manque de temps revient souvent. De longues journées au lycée ou consacrées à leurs études, des activités extrascolaires… La temporalité de l'enquête se superpose à la temporalité scolaire/étudiante et personnelle des participants. Peut-être aussi ne perçoivent-ils pas d'intérêts à cet échange, qui pourrait paraître comme une forme de manifestation de l'Ecole sur leur temps hors scolaire.*

3.2.2.3 Le recours à des gatekeepers

Mon enquête exploratoire s'est déroulée dans une situation ethnographique classique, c'est-à-dire en observation participante au sein d'un premier lycée où j'étais assistante d'éducation, que j'ai combinée avec des entretiens individuels dans un second lycée. J'étais donc sur le terrain avec les participants, terrain qui m'était familier parce que j'y travaillais. Je connaissais l'établissement et les acteurs sociaux qui le fréquentaient.

Cette enquête exploratoire a éclairé certaines conditions d'accès au terrain pour répondre à mon questionnement. Il me faut être introduite dans le groupe social étudié par des intermédiaires qui jouent un rôle d'enrôlement, être identifiée par les participants et instaurer une relation de confiance. Le recours à des *gatekeepers* prend ainsi tout son sens, position ayant « le pouvoir statutaire de faire admettre l'ethnographe dans une institution, lui en ouvrir les portes » (Lapassade, 1991, p. 24).

Au cours de ma recherche doctorale, si le manque de proximité initiale avec ma population d'enquête m'a desservie sur certains points, il m'a aussi obligée à enrichir mon dispositif méthodologique. La (n)ethnographie met l'accent sur le caractère éclaté de mon terrain. Les participants utilisent plusieurs réseaux sociaux avec des affordances et des normes de présentation de soi différentes, qui ont une influence sur leurs interactions et leur travail de l'apparence. Ainsi, recourir à des *gatekeepers* devient systématique pour prendre contact avec eux. J'ai d'abord cherché ces *gatekeepers* au sein de mes réseaux de sociabilité, majoritairement féminins. Je nomme ces filles et femmes entremetteuses. Des participants ont également joué le rôle d'entremetteur auprès d'autres garçons dans leur cercle familial ou amical. C'est le cas de Jérôme auprès de son ami Robin (vingt ans, Grand-Est, étudiant en troisième année de licence de STAPS) que j'interrogeais sur la manière dont il avait été recruté :

Célia : « *qu'est-ce que t'as dit Jérôme exactement [sourire] ?*

Robin : ben il m'a juste présenté que tu faisais une étude sur les jeunes hommes sur notre relation avec les réseaux sociaux je crois un truc du genre mais c'est tout il m'a rien dit de plus / du coup je suis un peu curieux aussi [sourire] ».

Le tableau suivant résume les liens entre les participants qui se connaissent en dehors de la recherche :

Tableau 3 – relations antérieures entre les participants

Participant-entremetteur	**Entremetteur auprès de**	**Relations**
Basile	Rémi	Frères
Pierre	Oscar et Augustin	Meilleurs amis
Lucas	Dany et Martin	Amis
Jérôme	Robin	Amis
Raphaël	Rudy	Amis

Ces liens, principalement amicaux, concernent douze participants sur vingt-deux, soit un peu plus de la moitié de la population d'enquête constituée à ce stade de l'enquête.

3.2.2.4 Un entretien collectif avec trois entremetteuses

Faisant partie intégrante de la fabrique de mon dispositif méthodologique, la conduite d'un entretien avec des entremetteuses avait plusieurs enjeux. Présentant par différents moyens mes recherches auprès de participants potentiels, je me suis intéressée à ce qu'elles avaient compris de mon objet de recherche. Pour cerner les coulisses du rôle qu'elles ont endossé au cours de mon enquête, je souhaitais comprendre comment elles s'y étaient prises dans le choix de ces garçons, s'ils avaient des caractéristiques communes, notamment en termes de relations entretenues avec elles. Mon terrain étant un espace d'interconnaissances, je souhaitais savoir si les participants et elles avaient discuté de l'entretien à la suite de celui-ci. Enfin, ma dernière question, très ouverte, « qu'est-ce que vous auriez envie de rajouter à propos de mes recherches ? », leur permettait de me poser des questions et de me donner des conseils méthodologiques pour approcher les participants garçons.

En vue de l'entretien, j'ai particulièrement retenu trois entremetteuses qui ont été, à divers moments de mon terrain, des informatrices privilégiées. Elles m'ont conseillée sur la démarche à suivre pour trouver des participants, tel que la rédaction d'un court texte à envoyer à des participants potentiels ou sur des groupes de conversation WhatsApp et Facebook. Elles

ont aussi échangé de manière informelle avec des participants potentiels sur mon enquête, me tenant informée des acceptations, silences et refus. En étant à l'intersection entre moi et les participants, elles filtrent, interprètent et médiatisent les relations. L'avancée de mes recherches s'est mêlée à nos discussions ordinaires en et hors ligne. Elles m'ont permis d'obtenir un entretien individuel et/ou collectif avec un ou plusieurs participants, qui pour certains ont à leur tour joué le rôle d'entremetteur auprès d'autres garçons.

Ainsi, si je mène la recherche avec des garçons, je la pense aussi avec des filles. De par nos liens amicaux ou familiaux, je me suis appuyée sur une « complicité » de genre (Rivoal, 2020, p. 111) qui a été précieuse pour cette recherche. Leurs perspectives ont non seulement influencé les modalités de contact des participants, mais aussi l'interprétation des résultats, en partageant leurs propres connaissances du terrain. Elles s'inscrivent également dans les dynamiques institutionnelles qui traversent le travail de l'apparence sur les réseaux sociaux d'images et participent à leur compréhension.

Tableau 4 - Entremetteuses prenant part à l'entretien collectif[72]

Pseudonyme	Age (ans)	Lieu(x) de résidence	Milieu socioprofessionnel de la famille	Situation scolaire ou étudiante	Projet professionnel	Réseaux sociaux utilisés
Sonia	21	Ile-de-France	Mère : assistante maternelle Père : responsable régional pour une chaine de supermarché	Etudiante en deuxième année de licence en droit français – Common Law.	Elle n'a pas encore de projet précis.	Instagram Bereal
Tatiana	19	Guadeloupe	Mère : infirmière Père : maître-nageur	Etudiante en deuxième année de Brevet de technicien supérieur - Management commercial opérationnel (BTS MCO).	Elle souhaite travailler dans le marketing ou e-marketing.	Instagram TikTok Snapchat Pinterest
Pauline	16	Guadeloupe	Mère : directrice commerciale Père : paysagiste	Lycéenne en classe de terminale voie technologique série sciences et technologies de la santé et du social (ST2S).	Elle souhaite travailler dans le domaine de la santé, peut-être en tant qu'audioprothésiste.	Instagram TikTok Snapchat

[72] Le tableau suivant a été rédigé à partir des propos des entremetteuses.

Pauline

Pauline a 16 ans, est lycéenne en classe de première voie technologique série sciences et technologies de la santé et du social (ST2S) et habite en Guadeloupe. Très active dans la vie scolaire de son lycée, elle est déléguée de sa classe et s'investit dans de nombreux projets comme la participation à l'élection de Miss de l'établissement. Elle publie régulièrement des photos et des vidéos d'elle sur ses profils TikTok et Instagram et elle a créé un groupe sur WhatsApp pour promouvoir sa candidature auprès de ses camarades.

Pauline a été la dernière entremetteuse arrivée au sein de mon dispositif méthodologique, lors de la phase des entretiens collectifs. Bien que sa médiation n'ait abouti qu'à un seul entretien avec un garçon, elle m'a à plusieurs reprises tenue informée de ses recherches de participants au sein de son lycée. Pour exemple, lorsque je lui demande si elle a trouvé un troisième garçon pour un entretien collectif, elle m'explique :

Journal de recherche, notes du 08/10/2023 :

Message vocal de Pauline du 08/10/2023 :

« Alors pour l'entretien franchement j'suis désolée j'ai essayé de demander un peu partout autour de moi et j'ai pas trouvé d'autres volontaires en tout cas j'ai proposé [rire] j'ai essayé de les convaincre mais vas-y ce sont trop des flemmards et tout bref ils sont pas sérieux / donc euh je cherche encore un peu autour de moi mais pour le moment j'en ai pas je te tiens au courant pour ça ».

Tatiana

Tatiana a 19 ans, est étudiante en deuxième année de Brevet de technicien supérieur - Management commercial opérationnel (BTS MCO) et habite en Guadeloupe. Très investie depuis le début de mon enquête, c'est l'entremetteuse qui m'a mise en contact avec le plus de participants potentiels ayant abouti à un entretien. Deux des garçons (Stéphane et Tony) ont participé aux deux phases de restitution : en entretien individuel et collectif. Nous échangeons régulièrement à propos de mes recherches :

Illustration 5 – Echange WhatsApp avec une entremetteuse



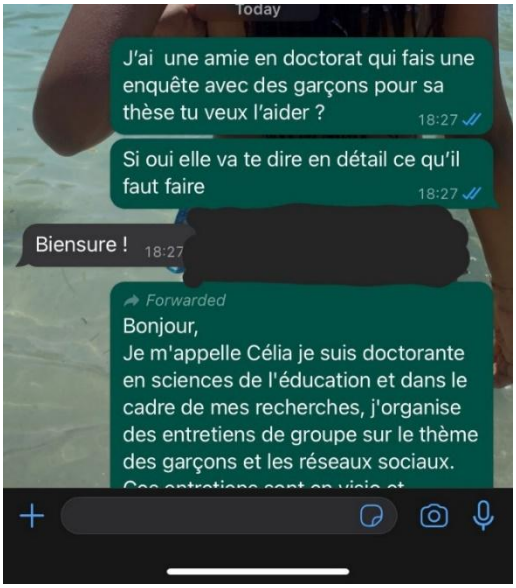


Illustration 6 – Echange WhatsApp entre une entremetteuse et un potentiel participant

Après m'avoir donné le numéro de téléphone de trois participants potentiels le 05/12/2021, Tatiana me demande le 09/12/2021 où j'en suis dans la conduite des entretiens. Cet échange (illustration 5) montre également le glissement opéré de mon objet vers la réflexion autour de mon propre travail de l'apparence sur les réseaux sociaux. Mon travail de terrain agit sur mon expérience personnelle et réciproquement.

La capture d'écran qui suit (illustration 6) est l'extrait d'une conversation entre Tatiana et un participant potentiel. Cette capture d'écran m'a été envoyée par Tatiana durant notre conversation du 6/11/2023 pour m'expliquer comment elle me présente auprès d'eux :

Elle lui précise nos relations (nous sommes amies) et lui propose de m'aider dans mes recherches, ce qu'il accepte. Cet échange m'a confortée sur la forte influence des liens entretenus entre les *gatekeepers* et la chercheuse ou le chercheur, liens qui doivent être présentés, mais également communiqués aux potentiels participants pour les éclairer dans leur choix de participer à la recherche. J'en ai eu un autre exemple lorsque Kevin (15 ans, Guadeloupe, lycéen en classe de première voie générale), à propos de Pauline, a expliqué les raisons de son accord pour participer à l'entretien collectif suite à sa sollicitation : « j'me suis dit c'est une bonne amie donc pourquoi pas ». Je bénéficie dans la conduite de ma recherche de la qualité des relations entre les entremetteuses et les participants potentiels.

Sonia

Sonia a 21 ans, est étudiante en deuxième année de licence en droit français – Common Law et habite en Ile-de-France. Elle publie régulièrement des stories sur Instagram, ainsi que des trends et vidéos TikTok. C'est la première entremetteuse à m'avoir donné des conseils méthodologiques dans ma recherche de participants. Elle m'a recommandé de passer par les réseaux sociaux, par le biais de la publication d'une description de mes travaux mais aussi en donnant la possibilité aux potentiels participants de me contacter sur Instagram. J'ai donc rédigé une description pour les deux phases d'entretiens. Pour les entretiens individuels, Sonia a publié mon message sur le groupe Facebook de sa résidence universitaire. Pour les entretiens collectifs, c'est sur le groupe WhatsApp de sa résidence universitaire qu'il a été envoyé.

Illustration 7 – Publication partagée par une entremetteuse sur Facebook
(Message posté par Sonia sur le groupe Facebook de sa résidence universitaire, le 15/11/2021)



Le tableau suivant décrit le processus de recrutement de participants pour chacune des trois entremetteuses et montre l'effet boule de neige opéré sur :

- La temporalité de la recherche : la prise de contact effectuée, l'entretien a lieu quelques jours après.

- La participation pour le même participant à plusieurs phases du dispositif méthodologique (phase deux - entretiens individuels et phase trois – entretiens collectifs). C'est le cas de Stéphane, Tony, Basile et Hakim.
- Le rôle de *gatekeeper*, endossé par certains participants ou par des proches de certains participants (ici par des sœurs) auprès d'autres garçons. C'est le cas de Stéphane, Basile, la sœur d'Hakim, la sœur de Raphaël et de Raphaël.

Tableau 5 - Processus de recrutement de participants par les trois entremetteuses

	Participant	Relations	Prise de contact	Date et type d'entretien	Participant-Entremetteur
Pauline	Kevin	Camarade de classe au lycée	Le 04/10/2023 sur WhatsApp, je sollicite son aide dans la recherche de garçons pour des entretiens collectifs. Pauline m'envoie dans la foulée deux numéros de téléphone après leur avoir demandé leur accord. Je prends contact avec eux le 11/10/2023. L'autre garçon changera finalement d'avis car il ne souhaite pas faire d'entretien en visioconférence.	Entretien collectif en ligne le 14/10/223.	
Tatiana	Stéphane	Cousin	Le 05/12/2021, au cours de la phase d'entretiens individuels, Tatiana me donne le numéro de téléphone de Stéphane, de Nicolas et de Tony le jour même. Suite à un oubli, et parce que j'obtenais de nombreux entretiens durant cette période, je l'ai recontacté presque sept mois plus tard. Il était cependant toujours d'accord pour participer à mes recherches. Je le recontacte le 11/10/2023 pour un entretien collectif.	Entretien individuel en ligne le 01/07/2022. Entretien collectif en ligne le 19/10/2023.	Pour organiser un entretien collectif en ligne, j'ai créé un groupe WhatsApp et Stéphane y a ajouté deux de ses cousins. Le premier n'était finalement pas disponible le jour de l'entretien et l'autre a refusé d'y participer.
	Nicolas	Ami	Le 05/12/2021, au cours de la phase d'entretiens individuels, Tatiana me donne le numéro de téléphone de Stéphane, de Nicolas et de Tony le jour même. Après la relance de mon enquête avec la seconde phase d'entretiens collectifs, je redemande le 11/10/2023 à Tatiana le numéro de téléphone de Nicolas et Tony. Nicolas refuse. Je suis un peu déçue car j'avais trouvé son entretien individuel intéressant. J'en informe Tatiana par message sur WhatsApp le 12/10/23 et lui demande de me tenir au courant si elle trouve d'autres participants.	Entretien individuel en ligne le 08/12/2021.	

	Tony	Connaissance Ami d'une amie	Le 05/12/2021, au cours de la phase d'entretiens individuels, Tatiana me donne le numéro de téléphone de Stéphane, de Nicolas et de Tony le jour même. Je le recontacte le 15/10/2023 sur WhatsApp pour un entretien collectif.	Entretien individuel en ligne le 12/12/2021. Entretien collectif en ligne le 19/10/2023.	
	Mathis	Ami	Le 05/11/2023, après avoir sollicité son aide dans la recherche de garçons pour des entretiens collectifs sur WhatsApp, Tatiana me demande un message me présentant ainsi que mes recherches. Elle m'envoie le soir même le numéro de téléphone de cinq amis, dont Mathis, Joris et Kaïs. Deux d'entre eux changeront finalement d'avis car ils ne souhaitent pas faire d'entretien en visio. Je prends contact avec lui sur WhatsApp le 07/11/2023.	Entretien collectif en ligne le 11/11/2023.	
	Joris	Ami	Je prends contact avec lui sur WhatsApp le 07/11/2023. Il se montre disponible, la date de l'entretien est fixée très rapidement.	Entretien collectif en ligne le 11/11/2023.	
	Kaïs	Cousin	Je prends contact avec lui sur WhatsApp le 07/11/2023.	Entretien collectif en ligne le 11/11/2023.	

Sonia	Basile	Camarade de promotion à la faculté de droit	Lors d'un TD qu'ils suivent tous les deux, Sonia parle de mes recherches à Basile qui se montre intéressé et prend mon numéro de téléphone. Il m'envoie un SMS le 28/11/2021 m'indiquant me contacter par le biais de Sonia. Il exprime son intérêt pour mes recherches et me propose son aide.	Entretien individuel en présentiel le 29/10/2021 et en ligne le 31/10/2021. Entretien collectif en ligne le 03/10/2023.	Basile me met en contact avec un ami à lui qui avait accepté de participer à un entretien individuel. Après une première réponse de sa part à mon SMS, il n'a cependant pas donné suite. Basile me met également en contact avec son petit frère Rémi, avec qui j'ai eu un entretien individuel en ligne le 04/11/2022 et un entretien collectif en ligne le 14/10/2023.
	Théo	Voisin	Suite à une annonce postée sur le groupe Facebook de sa résidence universitaire le 15/11/2021, Sonia m'envoie le numéro de téléphone de Théo qui serait d'accord pour un entretien individuel.	Entretien individuel en ligne le 02/11/2021.	
	Thomas	Petit-ami		Entretien individuel en ligne le 15/11/2021.	
	Hakim	Elle ne le connait pas	Suite à une annonce postée sur le groupe Facebook de sa résidence universitaire par Sonia le 15/11/2021, la sœur d'Hakim me contacte sur Instagram par intérêt pour mon objet puis me donne le numéro de téléphone de son petit frère.	Entretien individuel en ligne le 21/11/2021. Entretien collectif en ligne le 19/10/2023.	La sœur d'Hakim parle de mes recherches à une amie à elle qui a également un petit frère, Raphael. Son amie me contacte sur Instagram puis me donne le numéro de téléphone de Raphael. L'entretien individuel en ligne a eu lieu le 16/11/2021. Raphael m'a ensuite donné l'adresse mail d'un ami à lui, Rudy, avec qui j'ai eu un entretien individuel en ligne le 28/11/2021.

Ce tableau témoigne de la co-constitution de ma population d'enquête par les entremetteuses, suivies par des participants devenus à leurs tours des entremetteurs. Par l'intermédiaire de ces *gatekeepers*, un réseau d'interconnaissances s'est ainsi formé autour de mon dispositif méthodologique, renforçant son approche ethnographique et socio-clinique institutionnelle. Cette dynamique a permis non seulement l'élargissement du cercle de personnes impliquées, mais aussi une diversification des profils des participants. Cette diversification a ouvert l'accès aux implications variées que ces derniers entretiennent à l'égard des réseaux sociaux d'images et enrichit la production de données. Le rôle des *gatekeepers* a donc substantiellement nourri la dimension collaborative de ma recherche, qui ne se limite pas à l'interprétation des résultats.

L'entretien avec trois entremetteuses

L'entretien s'est déroulé le 21/02/2024 à 18h (heure de Paris – 13h heure de Guadeloupe) en ligne et en présentiel à la fois : Pauline et Tatiana étaient à leur domicile familial, la première dans le salon et la seconde dans sa chambre. Sonia et moi étions installées dans le hall d'entrée d'une bibliothèque universitaire parisienne. La proximité physique avec Sonia facilitait l'échange de regards, de sourires complices, de demande d'explicitations de certaines de mes questions ou de certains de ses propos. C'est aussi elle qui prenait le plus souvent la parole après mes questions. Tatiana a été celle qui a posé le plus de questions concernant mes recherches, surtout en fin d'entretien après ma dernière question.

Cet entretien a eu lieu après les deux phases d'entretiens (individuels puis collectifs) du dispositif méthodologique auprès des garçons et a clôturé mon enquête de terrain. Il a été l'occasion de restituer aux entremetteuses quelques interprétations issues de ces entretiens, à la demande de celles-ci ou lorsque je relevais des similarités dans leurs discours.

L'échange a commencé par une présentation de chacune : prénom, âge, lieu de résidence, situation scolaire ou étudiante, nombre de participants pour lesquels elles ont joué le rôle d'entremetteuse et nature de nos relations (familiales pour l'une et amicales pour les deux autres). Après ce temps de présentation, la « consigne », c'est-à-dire « la phrase, la question en fait, qui introduit l'entretien et par laquelle le chercheur définit les contours du thème qu'il porte à la réflexion de la personne interrogée » (Duchesne, 2000, p. 13) a été formulée de la manière suivante : « Après avoir sollicité votre aide dans la recherche de garçons âgés de 15 à 20 ans pour un entretien individuel et/ou de groupe dans le cadre de ma thèse sur les garçons et les

réseaux sociaux, j'aimerais savoir comment vous vous y êtes prises. Pour commencer, pouvez-vous me dire ce que vous avez compris de mon objet de recherche ? »

Il s'agissait pour moi de comprendre la manière dont ces filles s'étaient approprié mon objet, de déceler des malentendus, des manques et de reformuler leurs descriptions si besoin. Ces descriptions m'ont également donné des indices sur la manière dont elles ont présenté mes recherches aux potentiels participants :

Sonia : « j'ai compris que c'était l'idée de la perception de la masculinité sur les réseaux sociaux [en me regardant] c'est ça ?
Moi : pas comme ça mais il y a la question des masculinités ouais
Sonia : oui de manière plus générale / et après il y a une partie sur les réseaux sociaux c'est ça ? […]
Pauline : la place des hommes sur les réseaux sociaux / genre comment eux ils voient les réseaux
Tatiana : ouais j'suis d'accord avec Pauline / comment eux ils voient comment eux ils fonctionnent tu vois
Moi : y a le truc des photos et des vidéos vous n'en avez pas parlé [en regardant Sonia]
Sonia : ah oui c'est vrai / de comment de quel type de photos ils postent à quelle fréquence s'ils postent beaucoup de photos et de vidéos
Moi : ouais et aussi comment ils perçoivent les photos et vidéos des autres des filles et des garçons / donc c'est pour ça qu'il y a ce travail autour du genre des relations filles-garçons ».

Plusieurs manières d'approcher des participants potentiels ont été décrites par les entremetteuses. Pour Sonia, l'objectif était de diffuser sa demande à un maximum de personnes en postant un message sur des groupes créés sur des réseaux sociaux :

Sonia : « je savais qu'il y aurait beaucoup de gens vraiment beaucoup de garçons ou même des filles qui penseraient à des garçons donc ça pouvait toucher plus de monde
Moi : pourtant le deuxième message que t'as posté pour les entretiens de groupe t'as pas eu de réponse
Sonia : j'ai pas eu de réponse c'est vrai […] le premier j'avais eu des réponses par rapport à un groupe Facebook où il y avait des mecs qui étaient un peu plus âgés et l'autre c'était un groupe WhatsApp où il y avait beaucoup plus de jeunes du coup […] peut-être que ça les intéressait un peu moins ».

Ayant utilisé deux fois cette technique, celle-ci avait mieux fonctionné la première fois. Selon Sonia, les jeunes présents sur le groupe WhatsApp étaient surtout âgés de dix-huit ans et plus tandis que sur le groupe Facebook, la moyenne d'âge était de vingt-cinq ans, ce qui a eu une incidence sur les réponses positives. Cette expérience montre la pertinence de diversifier les réseaux sociaux, dont la tranche d'âge des utilisatrices et utilisateurs peut varier, pour constituer sa population d'enquête.

Tatiana a adopté une approche différente en sélectionnant les participants potentiels au sein de son cercle rapproché. Ce sont des garçons, qui, selon elle, sont « sociables », susceptibles de présenter un intérêt pour mon objet de recherche et, pour certains d'entre eux, qui utilisent régulièrement les réseaux sociaux :

« je suis allée voir que mes amis et j'ai choisi entre guillemets tu vois / j'ai choisi mes amis qui étaient plus susceptibles de dire oui / et après il y a Joris et [cite le nom d'un autre participant potentiel qui a finalement refusé de faire l'entretien] qui sont beaucoup sur les réseaux et qui participent qui communiquent beaucoup avec leurs abonnés qui postent beaucoup et tout / et du coup je savais que Joris allait dire oui ».

Enfin Pauline, en se tournant vers des liens faibles développés au lycée, a réinvesti son capital scolaire et fait appel au capital scolaire des garçons approchés pour participer à ma recherche doctorale : *« pour moi c'était pas des amis proches c'était vraiment des gens avec qui je parlais à l'école mais je savais qu'on avait de bons délires et que si j'avais un problème en cours si j'avais des questions ben je pouvais toujours me tourner vers eux ».*

La circulation d'informations s'est inversée au cours de l'entretien, devenant à mon tour informatrice sur le travail de l'apparence des garçons sur les réseaux sociaux et sur leurs discours à propos de celui des filles. Les entremetteuses ont également montré leur intérêt pour la cuisine méthodologique de ma recherche. Elles étaient curieuses de connaître le nombre de participants, les sollicitations de participants potentiels qui ont abouti à un entretien individuel et/ou collectif. Elles ont également vouloir savoir si les participants avaient été eux-mêmes entremetteurs et comment je m'y étais prise pour trouver d'autres participants :

Tatiana : « mais comment t'as trouvé des garçons de ton côté toi ?
Moi : [en faisant défiler le tableau « Participants aux entretiens individuels »] ouais c'est toujours des entremetteuses en fait […] et certains garçons m'ont mise en contact avec leurs potes à eux ».

Afin de répondre à leurs questions, je me suis appuyée sur plusieurs outils construits au cours et à la fin de mon enquête. Les tableaux reprenant les caractéristiques sociales des participants aux entretiens individuels et collectifs, puis certaines grilles de codage thématique ont été parcourus durant l'entretien. La confirmation par les filles de certains propos des participants a opéré comme un indice de crédibilité sur les discours de ces derniers :

Moi : « comme pour les photos / ils voient des différences tu vois [en m'adressant à Tatiana] comme tu m'as dit réfléchir à des poses et tout / eux quand ils se prennent en photo ils réfléchissent pas juste ils prennent la photo et s'ils aiment bien la photo ils la postent [Pauline et Tatiana sont étonnées puis rigolent] ils disent que ouais nous que les filles tout est pensé tout est réfléchi
Sonia : bah oui
Moi : alors que eux ils prennent une photo et si la photo elle passe ils la postent
Tatiana : après ouais c'est vrai ».

La différence voire le clivage dans l'étude du genre du travail de l'apparence est aussi un effet de mon dispositif méthodologique ethnographique et socio-clinique institutionnel. Les choix méthodologiques opérés m'ont permis d'accéder au discours des garçons et des filles mais ils peuvent avoir tendance à renforcer les rapports de genre. Ici, le groupe des filles se situe par rapport au groupe social des garçons. Groupe de filles auquel je montre mon appartenance en effectuant des appels à connivence : « nous les filles », « les filles on » qui s'oppose à un « eux ils » lors de l'explicitation de mes interprétations.

3.3 Troisième phase : Les entretiens collectifs

A partir d'extraits de mon journal de recherche, l'explicitation de cette troisième phase de mon dispositif méthodologique rend compte du contexte d'organisation et de conduite pour chaque entretien : la prise de contact, le lieu, la date et le déroulement de l'entretien, la composition et la dynamique relationnelle du groupe, la relation d'enquête, les perceptions des participants sur le dispositif méthodologique et sur ses effets, enfin le maintien du contact le cas échéant. Ces informations permettront de donner sens aux propos des participants. En effet, « la situation d'entretien est, à elle seule, une scène d'observation » qui en donne des éléments d'interprétation (Beaud, 1996, p. 236).

Quatre entretiens collectifs à distance ont été menés entre octobre et novembre 2023. D'une durée d'environ une heure, ils ont été conduits à distance par vidéoconférence. La caméra des participants et la mienne étaient allumées durant toute la durée des entretiens. Ils ont chacun

réuni trois garçons préalablement rencontrés dans le cadre d'entretiens individuels et/ou d'autres rejoignant le dispositif à cette étape. Ces entretiens visaient la co-interprétation autour des ambivalences et des contradictions relevées dans les premières analyses des entretiens individuels autour des trois sujets suivants :

- Chez les garçons, le partage d'images éphémères, prises sur le vif, humoristiques, partagé au sein d'un groupe restreint est plus développé que le partage d'images esthétiques, réfléchies, permanentes et vues par un large public ;
- La « liberté » des filles dans leur travail de l'apparence sur les réseaux sociaux et le regard du groupe des filles ;
- Les messages diffusés sur les réseaux sociaux par rapport au corps et les publications les plus appréciées.

L'enjeu autour de la co-interprétation est explicité dès le propos introductif de mon guide d'entretien, insistant sur la dimension collaborative et réflexive de la recherche.

Le recours à l'entretien collectif repose sur l'idée que « la pensée n'est pas déjà donnée, qu'elle résulte d'un processus de construction qui s'effectue via la parole, dans un contexte social, c'est-à-dire dans un cadre collectif et contradictoire » (Duchesne et Haegel, 2008, p. 35). Ainsi, mon intérêt s'est porté sur ce que le groupe produit dans l'expression des normes, pratiques et perceptions partagées ou non et selon quelles modalités, à propos d'une expérience commune, celle du travail de l'apparence sur les réseaux sociaux. Cela, par la mesure des rapports sociaux à l'œuvre par « les interventions des uns et des autres, les arguments d'autorité et les stratégies d'influence, les tentatives de marginalisation de certaines positions, l'évitement du désaccord sur certains sujets ou, au contraire, la facilité avec laquelle il est assumé sur d'autres » (*Ibid.*, p. 40). Chaque groupe a ainsi eu le pouvoir d'orienter les sujets de la discussion collective.

Par la confrontation à des points de vue et des expériences diverses, il s'agissait de générer des postures réflexives chez les participants, de provoquer des interrogations sur les histoires individuelles et collectives, de tenter de les comprendre et de les expliquer ensemble. L'entretien collectif tend cependant à « renforcer les éléments communs au groupe » (*Ibid.*, p. 36). Le combiner à la méthode de l'entretien individuel prend alors tout son sens.

Outre le recueil des données produites dans un cadre collectif, les modalités de constitution des groupes ont aussi des conséquences sur les résultats dégagés (*Ibid.*). Favoriser la prise de parole de chacun passe par la recherche d'une relative homogénéité sociale dans la composition

de chaque groupe, tout en veillant à la diversification de la population d'enquête « permettant de saisir des situations diverses et contrastées » (*Ibid.*, p. 48) au regard des thèmes abordés.

Tableau 6 - Participants aux entretiens collectifs[73]

N°	Date, Modalité et durée[74] de l'entretien	Pseudonyme	Age (ans)	Lieu(x) de résidence	Milieu socioprofessionnel de la famille[75]	Situation scolaire/étudiante/professionnelle	Projet professionnel	Réseaux sociaux utilisés[76]
1	03/10/2023 A distance 1 h 10	Jérôme	21	Normandie	Mère : secrétaire administrative Père : en recherche d'emploi	Etudiant en troisième année d'école d'ingénieur en matériaux.	Il n'avait pas encore d'idée précise.	
		Robin	21	Grand-Est	Mère : infirmière Père : plasticien	Etudiant en première année de master sciences et techniques des activités physiques et sportives (STAPS) mention ingénierie et ergonomie de l'activité physique (IEAP). Il détient toujours un aménagement de cursus pour sportif de haut niveau.	Il hésitait entre s'insérer professionnellement dans l'accompagnement ou la recherche et développement après son master ou poursuivre ses études en doctorat.	
		Basile	21	Pays de la Loire	Mère : travaille dans un bureau d'études	Etudiant en troisième année de licence de droit français – Common Law.	Il souhaitait poursuivre dans le droit comparé anglo-saxon et français	

[73] Ce tableau a été rédigé à partir des propos des participants.
[74] Il s'agit de la durée de l'entretien qui a été enregistrée. Elle ne prend pas en compte le temps d'interconnaissance entre les participants et moi-même déroulé en amont.
[75] Pour les participants déjà rencontrés, les colonnes « milieu socioprofessionnel de la famille » et « projet professionnel » reprennent leurs déclarations en entretien individuel.
[76] Pour les participants déjà rencontrés, cette colonne renseigne si d'autres réseaux sociaux utilisés ont été évoqués par eux en entretien de groupe.

					Père : directeur commercial		et rêve de devenir avocat en affaires internationales.	
2	14/10/2023 A distance 1 heure	Maël	18	Ile-de-France	Mère : coiffeuse Père : maçon	Etudiant en deuxième année de BTS commerce international.	Il n'avait pas encore de projet professionnel défini.	
		Rémi	16	Pays de la Loire	Mère : assistante bilingue Père : commercial	Lycéen en classe de seconde voie générale et technologique.	Il souhaitait poursuivre sa scolarité au lycée général et technologique.	BeReal
		Kevin[77]	15	Guadeloupe	Mère : secrétaire Père : il ne sait pas	Lycéen en classe de première générale spécialités mathématiques, physique-chimie (PC) et anglais monde contemporain (AMC).	Il souhaite devenir physicien chimiste.	Instagram TikTok
3	19/10/2023 A distance 50 minutes	Stéphane	21	Guadeloupe	Mère : accompagnante d'élèves en situation de handicap (AESH) Père : Ingénieur télécoms et réseaux	Salarié en excursion bateau.	Il était à la recherche d'un emploi pour valider ses diplômes maritimes.	
		Hakim	18	Occitanie	Mère : agent de service hospitalier (ASH) en	Etudiant en parcours d'accès spécifique santé (PASS).	Il souhaitait faire des études de médecine.	Twitter

[77] Les pseudonymes soulignés indiquent les participants arrivés au sein du dispositif méthodologique lors de la phase des entretiens collectifs.

					établissements d'hébergement pour personnes âgées dépendantes (EHPAD) Père : pré-retraité commerçant indépendant			
		Tony	19	Ile-de-France	Mère : aide-soignante Père : sans profession	Etudiant en deuxième année de BTS métiers de l'audiovisuel.	Il souhaitait faire de l'animation 2D, de l'illustration ou des courts métrages sur les réseaux sociaux.	Snapchat
4	11/11/2023 A distance 1 h 10	Kaïs	18	Ile-de-France	Mère : agent d'entretien dans un lycée	Lycéen en classe de terminale voie professionnelle métiers de l'hôtellerie-restauration spécialité commercialisation et services en restauration.	Il aimerait se réorienter dans le commerce après le lycée.	Snapchat Instagram TikTok Twitter
		Joris	19	Guadeloupe	Mère : sans emploi Père : maitre-nageur	Etudiant en deuxième année de BTS informatique.	Il aimerait devenir développeur web ou développeur d'applications mobiles.	Snapchat Instagram TikTok
		Mathis	21	Guadeloupe	Mère : adjointe territoriale d'animation	Etudiant en deuxième année BTS management commercial opérationnel (MCO).	Il aimerait ouvrir une entreprise de revente et de formation spécialisée dans le matériel informatique.	TikTok Discord

Huit participants sur douze aux entretiens collectifs ont participé aux entretiens individuels. Ils sont repartis dans deux groupes complets (entretien collectif 1 et 3) et un troisième (entretien collectif 2) dans lequel j'ai ajouté un participant arrivant à ce moment de l'enquête. Le quatrième groupe (entretien collectif 4) n'est composé que de nouveaux participants. L'entretien collectif 1 est le seul qui réunit deux garçons se connaissant personnellement : Jérôme et Robin sont amis.

3.3.1 Déroulement de l'entretien collectif 1

Journal de recherche, notes du 04/10/2023 :

Hier soir, à 22h, a eu lieu mon premier entretien de groupe en ligne, sur Teams avec trois garçons que j'ai déjà eu en entretien individuel. Deux d'entre eux sont amis (Robin et Jérôme). J'appréhendais un peu le distanciel pour un entretien de groupe. Est-ce que la conversation va se faire ? Est-ce qu'ils ne vont pas juste attendre mes questions et répondre à tour de rôle par peur de couper la parole ou de ne pas réussir à suivre le propos ?

Chacun chez soi, nous nous retrouvons après deux ans à nouveau autour du même objet. L'espace et le temps nous sépare, puis nous rassemble pour partager nos points de vue et pratiques. Pour l'un d'entre eux, Robin, nous ne nous sommes jamais rencontrés en présentiel. Concernant Jérôme, la dernière fois que nous nous sommes vus, il était en seconde et moi j'étais assistante d'éducation dans son lycée. Aujourd'hui, il est en troisième année d'école d'ingénieur. En attendant que Robin se connecte, nous échangeons de manière informelle, échange que je n'ai pas enregistré, autour de notre parcours depuis deux ans, en particulier concernant nos études, afin que les garçons puissent aussi faire connaissance.

Montrant son intérêt pour les résultats de mes recherches, Robin demande en fin d'entretien si les participants peuvent être présents lors de ma soutenance : « et ce sera possible de venir voir la présentation de tous tes résultats ou pas ? [sourire] ». Il a pour projet d'entrer en doctorat, ce dont il m'avait déjà parlé en entretien individuel, et a déjà assisté à deux soutenances de thèse cette année.

Le premier entretien collectif a eu lieu le 03/10/2023 et est constitué de Basile, Jérôme et Robin. Il s'agit d'un groupe homogène socialement : ils ont tous les trois vingt et un ans, vivent ou ont vécu dans un logement étudiant situé dans une autre région que leur domicile familial et sont en réussite dans leurs études. Jérôme est en troisième année d'école d'ingénieur en matériaux. Robin est en master sciences et techniques des activités physiques et sportives (STAPS) mention ingénierie et ergonomie de l'activité physique (IEAP) et détient un aménagement de cursus pour sportif de haut niveau. Enfin, Basile est étudiant en troisième année de licence de droit français – Common Law. Ils se sont même rendus compte en fin d'entretien avoir une connaissance en commun.

Tous les trois ont participé à la phase d'entretien individuel et sont donc familiers de mon objet de recherche. Intéressés par mes recherches, ils se montrent toujours disponibles dans l'organisation d'un entretien ou pour répondre à des questions d'éclaircissement post-entretien. J'ai recontacté Basile par SMS, Jérôme et Robin par *direct message* (DM) sur Instagram.

Informateur de longue durée, Jérôme avait participé à mon enquête exploratoire lorsque j'étais assistante d'éducation dans son lycée. C'est le premier garçon avec lequel j'ai effectué un entretien. Nous avons gardé contact sur Instagram en nous abonnant chacun au profil de l'autre. Il a joué le rôle d'entremetteur auprès de Robin suite à notre entretien lors de la seconde phase du dispositif méthodologique. Suite à l'entretien, Robin puis Basile ont demandé à s'abonner à mon profil Instagram, ce que j'ai accepté et fait en retour pour le leur.

Ils montrent tous les trois leur expertise autour de mon objet et leur maîtrise des modalités de l'entretien. Je les sens très à l'aise. Après mon introduction et ma première question, Robin demande qui veut prendre la parole. Je n'ai donc pas besoin de distribuer la parole, chacun s'appuie sur les propos des autres pour confirmer, compléter ou montrer son désaccord à partir de ses propres expériences.

Journal de recherche, notes du 04/10/2023 (suite) :

> *En parlant du partage d'images sur Snapchat qui se fait avec des personnes dont ils se sentent proches, je demande à Robin : « des potes mais c'est que des potes mecs ou y'a des filles aussi ? », il me répond « ah non de tout » et Basile puis Jérôme se mettent à sourire de manière complice avec Robin. J'observe la scène et me met à rire « c'est que des potes ou c'est pas des potes ? ». Puis nous rions ensemble à propos d'une expérience de séduction sur Snapchat que je partage avec*

eux. Jérôme utilise très peu ce réseau social. Robin et Basile ne se connaissent pas mais parler de Snapchat comme étant un lieu de séduction les rapproche, norme instituée connue et partagée.

C'est un sujet sur lequel nous avons longuement échangé, où j'ai plusieurs fois partagé mes questionnements et mes ressentis à propos de mon expérience personnelle. Je leur ai fait part de ma mise en réflexivité avec eux après avoir posé une question survenue en entretien : *« c'est une question pour moi aussi »*. Me mettre en position d'interrogation sur moi-même vise à les mettre à l'aise et les incite à affiner l'analyse conjointement.

Lors des questions permettant de réfléchir aux effets du dispositif méthodologique avec les participants, Basile et Robin évoquent le caractère routinier du travail de l'apparence sur les réseaux sociaux, dont les entretiens permettent une mise en réflexivité : *« ça amène à réfléchir sur des sujets qu'on réfléchit pas trop parce que c'est vrai que les réseaux sociaux on y va tous les jours mais on prend jamais vraiment trop de recul »* (Basile, vingt-et-un ans, Pays de la Loire, étudiant en troisième année de licence de droit français – Common Law) ; *« ouais c'était intéressant d'en parler j'suis d'accord c'est quelque chose de totalement ancré en tout cas dans notre vie »* (Robin, vingt-et-un ans, Grand-Est, étudiant en master STAPS mention IEAP).

En fin d'entretien, spontanément, Jérôme (vingt-et-un ans, Normandie, étudiant en troisième année d'école d'ingénieur en matériaux) partage ses appréhensions quant à l'entretien collectif : *« Pour être honnête j'pensais que l'entretien à quatre allait être beaucoup plus gênant mais en fait ça va » [nous rions tous les quatre, Robin et moi montrons notre étonnement] « ben je savais pas à quoi m'attendre mais j'pensais que ouais ça allait être un peu moins une discussion quoi un peu plus questions-questions réponses-réponses »*. Ses appréhensions étaient semblables aux miennes à propos de la fluidité des échanges au cours de l'entretien à distance. Robin (21 ans, Grand-Est, étudiant en master STAPS mention IEAP) insiste sur la nécessaire activation de la caméra de chacun : *« le fait de mettre les caméras c'est important j'pense pour ce genre d'entretien même j'pense obligatoire »*.

3.3.2 Déroulement de l'entretien collectif 2

Journal de recherche, notes du 14/10/2023 :

La discussion est moins fluide que lors de l'entretien collectif précédent. Je trouve que le distanciel casse un peu la dynamique conversationnelle, je dois un peu distribuer la parole, bien que Maël soit celui qui prenne le plus la parole

spontanément. Peut-être qu'ils osent moins parce qu'ils ne se connaissent pas. J'ai cependant veillé à ce que Kevin prenne la parole et puisse s'exprimer longuement, pour prendre le temps de réfléchir avec nous et nous partager son point de vue. Les liens de confiance tissés lors des entretiens individuels avec Maël et Rémi ont permis de les mettre à l'aise, d'échanger des instants de complicité tels que des rires en souvenir de notre première rencontre :

Moi : « Maël tu fais attention à ta coupe et tout [sourire]
Maël : c'est pour les caméras [sourire]
Moi : [rire] t'as changé t'as grandi ».

Mais également de personnaliser l'échange en partageant des informations que j'ai sur l'un ou l'autre. Par exemple, Rémi a deux profils sur Instagram. Un profil privé et un profil public sur le vélo, qui était sa passion. C'est le profil public de Rémi auquel je suis abonnée et qui est abonné à mon profil. En consultant régulièrement les stories de mes abonnements, j'ai remarqué que Rémi n'en publie plus, bien qu'il regarde toujours les miennes. Je lui demande alors : « ouais t'as arrêté ton compte public sur le vélo j'te vois plus poster / qu'est-ce qui fait que t'as arrêté ? ». Il me répond : « oh ben j'avais plus envie j'suis passé à autre chose » puis m'annonce qu'il n'est plus passionné par le vélo.

Cet entretien collectif a eu lieu 14/10/2023 et regroupe Maël, Rémi et Kevin. Tous les trois étaient à leur domicile familial, Maël dans le salon, Kevin et Rémi ont flouté l'arrière-plan. J'étais pour ma part dans le hall d'une bibliothèque universitaire.

Maël et Rémi sont les deux derniers garçons rencontrés lors de la phase d'entretiens individuels (le 16/07/2022 et le 04/11/2022). J'ai recontacté Rémi sur Instagram et la mère de Maël, qui avait joué le rôle d'entremetteuse, par SMS. Elle m'a ensuite donné le numéro de téléphone de Maël pour m'organiser directement avec lui. Cela n'avait pas été le cas pour l'entretien individuel qui s'est déroulé au sein du domicile familial. C'est le seul participant que j'ai déjà rencontré en présentiel. Kevin, rencontré par l'intermédiaire de Pauline à ce stade du dispositif, s'est joint au groupe. Aucun des trois garçons ne se connaît. Je les ai regroupés car tous les trois fréquentent un lycée, Rémi et Kevin en tant que lycéen et Maël en tant qu'étudiant

en deuxième année de BTS. Leurs âges sont donc rapprochés : Kevin a quinze ans, Rémi seize ans et Maël dix-huit ans.

Concernant les raisons pour lesquelles il a accepté ce second entretien, Axel a fait part de son souci pour mes intérêts universitaires : *« quand ma mère m'en a parlé je me suis mis à ta place si j'ai besoin de quelqu'un pour un rapport de stage ou que j'ai besoin de quelque chose par rapport à mes études j'aurais besoin que quelqu'un m'aide […] je sais ce que c'est »*.

Ses propos font échos à ceux de Tatiana (dix-neuf ans, Guadeloupe, étudiante en deuxième année de BTS MCO) : *« par rapport à tes études je les voyais pas dire non par rapport à ça ils sont toujours prêts à aider quelqu'un par rapport à des études et tout »* et de Pauline (16 ans, Guadeloupe, lycéenne en classe de terminale voie technologique série ST2S) au cours de l'entretien collectif avec trois entremetteuses, au sujet des potentiels participants qu'elles ont approchés et qui ont accepté de participer à ma recherche :

« moi c'était un petit peu pareil bah en fait j'savais que dans les gens que je connais en tout cas y a beaucoup de gars qui s'occupent pas vraiment des études qui sont plus en mode ils ont la flemme ou voilà quoi que si je leur avais proposé ça ils auraient dit non tout de suite [Tatiana approuve de la tête] donc ces gens-là je me suis pas dirigée vers eux je me suis plus dirigée vers des potes sur qui je savais qu'ils étaient concentrés sur les études qu'ils avaient déjà un projet construit ».

Le profil des participants dessiné à l'issu des entretiens individuels se confirme après la phase des entretiens collectifs. Outre l'utilisation de réseaux sociaux d'images, ils sont scolarisés ou en étude (excepté Stéphane (21 ans, Guadeloupe) qui, après une formation maritime, est maintenant salarié dans ce domaine) au sein de filières valorisées dans lesquelles ils sont en réussite et ont un projet professionnel en construction ou défini. Par ailleurs, il semble que pour eux, participer aux entretiens est un moyen de se montrer bon élève, montrant alors l'effet modélisant de la recherche. Le dispositif méthodologique ethnographique et socio-clinique institutionnel participe à la fabrique de la population d'enquête.

3.3.3 Déroulement de l'entretien collectif 3

Journal de recherche, notes du 19/10/2023 :

Au cours du temps d'interconnaissance, je suis revenue sur l'entretien individuel de Hakim avant que l'on ne commence l'entretien collectif. Je lui ai fait part des

difficultés éprouvées à approfondir l'échange avec lui, parce que j'avais l'impression qu'il ne voulait pas trop parler ou qu'il n'était pas d'accord avec mes interprétations. Nous en rigolons ensemble et il me dit qu'il ne savait pas trop ce qu'il devait dire, s'il devait vraiment approfondir ses réponses ou répondre rapidement. L'entretien collectif constitue ainsi non seulement un temps de restitution de mes premières interprétations des données recueillies précédemment, mais aussi l'occasion de revenir sur le déroulement de l'entretien individuel avec le participant et pour lui de me montrer une meilleure maîtrise des modalités de l'entretien.

Le troisième entretien collectif s'est déroulé le 19/10/2023 et a réuni Tony, Hakim et Stéphane. Tous les trois ont participé à la phase d'entretiens individuels. J'ai repris contact avec Hakim par SMS, Stéphane et Tony par message sur WhatsApp. Initialement, le cousin de Stéphane devait également être présent. Stéphane m'a confirmé sa présence lorsque je le lui ai dit. Il a eu des difficultés à se connecter à l'entretien, il n'était donc pas présent durant le temps d'interconnaissance. Tony ne pouvait pas rester plus d'une heure, alors nous avons démarré l'entretien sans Stéphane. Cependant, nous avons été interrompus deux minutes après pour que je l'aide à nous rejoindre. Si l'entretien à distance a ses avantages concernant la possibilité de rassembler plusieurs participants qui résident dans des régions différentes, les problèmes techniques, l'appropriation de la plateforme de vidéoconférence par les participants, en plus des contraintes temporelles de chacun, peuvent casser la dynamique de l'entretien.

Hakim et Tony font à plusieurs reprises référence à leur religion dans la description de leur travail de l'apparence sur les réseaux sociaux. Pour Hakim, c'était déjà le cas en entretien individuel. Ils partagent également des références communes concernant une influenceuse et un influenceur sur Instagram.

Alors que Stéphane confirme l'idée que les filles publient davantage d'images esthétiques d'elles et ajoute qu'elles ont plus d'abonnés sur Instagram que les garçons, il hésite à m'en donner les raisons, m'explique ensuite que *« ça attire plus les garçons »*, puis m'interpelle : *« t'as combien d'abonnés toi ? [Tony et Hakim rigolent] »*. Je souris, prends mon téléphone et vais sur mon profil Instagram : *« j'en ai pas tant que ça je supprime souvent / j'en ai 152 mais j'avoue que mes photos sont esthétiques / j'vous montre ? »* et je montre mon profil Instagram à travers ma caméra. Nous avons ensuite discuté des profils des garçons. C'est le seul entretien collectif pour lequel j'ai recouru à la *photo elicitation*.

A la fin de l'entretien, Hakim (dix-huit ans, Occitanie, étudiant en PASS) montre son approbation et son adhésion à ma démarche empirique : *« j'trouve qu'en groupe c'est bien voire mieux j'trouve parce que du coup on peut rebondir sur des avis qu'on avait pas forcément et du coup on peut avoir un autre avis que celui qu'on avait au début ou au contraire renforcer notre avis sur un point de vue donc en vrai j'trouve que la méthodologie que t'as eu c'était bien d'abord de faire des entretiens individuels et après collectifs »*. Son avis a été rejoint par Stéphane (21 ans, Guadeloupe, salarié en excursion bateau) : *« moi j'ai trouvé ça bien en groupe parce que y a plusieurs avis tu vois / y a des trucs où j'étais d'accord avec Hakim et des trucs où j'étais pas d'accord avec Tony tu vois »*.

Cependant, Hakim aurait préféré que ces deux phases soient conduites de manière plus rapprochée *« parce que du coup j'ai oublié »*. Son entretien individuel date du 21/11/2021, presque deux années se sont écoulées entre celui-ci et l'entretien collectif. Je suis la seule à avoir les enregistrements et les transcriptions des entretiens. Pour autant, ses propos me font réfléchir avec lui autour de ma méthodologie :

Moi : « mais c'est aussi intéressant le fait que vous ne vous en souvenez plus parce que ça permet de voir un nouvel avis
Hakim : ouais l'évolution
Moi : ouais ou même parfois le même avis mais pensé et dit différemment ».

3.3.3 Déroulement de l'entretien collectif 4

Le 11/11/2023, a eu lieu le dernier entretien collectif pour le groupe intégralement formé par l'intermédiaire de Tatiana. Cependant, Kaïs, Joris et Mathis ne se connaissent pas. Je prends contact avec chacun par message sur WhatsApp quatre jours avant l'entretien. Il y a une forte proximité sociale entre les participants, d'âge, de classe et de lieux de résidence. Ils sont tous les trois au lycée, Kaïs (dix-huit ans) en bac professionnel hôtellerie-restauration, Joris (dix-neuf ans) et Mathis (vingt et un ans) étudiants en deuxième année de BTS ; ont pour projet professionnel de travailler dans le secteur commercial et/ou informatique et sont guadeloupéens (Joris et Mathis y résident). Arrivés à ce stade du dispositif méthodologique, mon attention s'est portée sur l'instauration d'une relation de confiance, pour qu'ils puissent partager leurs points de vue et expériences, et se positionner par rapport aux propos des autres participants et des miens. Humour, éclats de rire et anecdotes ont ainsi ponctué l'échange. Le recours à l'entretien collectif a d'ailleurs fait consensus au sein du groupe :

Kaïs : « que chacun puisse apporter son point de vue et son avis c'est bien

Joris : exactement
Mathis : c'est vrai ».

Journal de recherche, notes du 11/11/2024 :

> *En fin d'entretien, les réponses de Kaïs (dix-huit ans, Ile-de-France, lycéen en classe de terminale voie professionnelle métiers de l'hôtellerie-restauration) : « en soi y a pas à être gêné c'est juste des questions qu'on nous pose et puis voilà » et de Joris (dix-neuf ans, Guadeloupe, étudiant en deuxième année de BTS informatique) : « personnellement mon entourage est plutôt féminin que masculin et du coup on a pas de tabous quoi » à la question : « avez-vous été gênés d'être interviewé par une femme ? » m'ont fait réfléchir sur sa formulation.*

Les participants aux autres entretiens collectifs rejoignent particulièrement les propos de Kaïs. C'est le cas de Maël (dix-huit ans, Ile-de-France, étudiant en deuxième année de BTS commerce international) : *« personnellement non j'ai pas été gêné d'être interviewé par une femme le sujet était plutôt intéressant »*, Kevin (quinze ans, Guadeloupe, lycéen en classe de première voie générale) : *« ça change pas grand-chose ça reste une interview »* et Rémi (seize ans, Pays de la Loire, lycéen en classe de seconde voie générale et technologique) : *« j'suis une personne qui est assez sur les réseaux donc j'ai pas mal de choses à dire »* au cours de l'entretien collectif 2.

Je réalise alors que je suis principalement perçue comme une personne cherchant à obtenir un diplôme et conduisant un entretien (ce que renforcent le guide d'entretien, le formulaire de consentement et l'enregistrement de l'entretien), exposant ainsi les modalités de construction d'une recherche académique et du fonctionnement de l'université. L'entretien repose également sur notre intérêt commun pour l'objet de recherche. Cependant, tout comme l'asexuation des analystes hommes par leurs clientes, rapportée par Laurence Gavarini (1986), au profit de leur technique d'intervention, lorsque les participants affirment que le fait que l'enquêtrice soit une femme n'a pas d'importance et mettent l'accent sur la conduite de l'entretien, est-ce une façon de dissimuler les rapports de genre en jeu dans la relation d'enquête ?

D'autre part, introduire l'idée de gêne, qui serait induite par le genre, dans la relation d'enquête à propos de cet objet, c'est contribuer à la reproduction des rapports de genre. Appuyer sur la différence introduite par ma présence en entretien, consciemment pour des

raisons méthodologiques mais aussi inconsciemment parce que j'emporte sur le terrain mes allants de soi, c'est prendre le risque de participer à la différenciation que j'interroge. La déconstruction et la non-reproduction des rapports de pouvoir est complexe. « Le même individu peut ainsi actualiser, dans sa vie privée ou professionnelle, les différents moments du concept d'institution » (Monceau, 2010, p. 23).

3.4 Méthode d'analyse des entretiens

L'analyse des entretiens s'est faite par récursivité. D'abord entre chaque phase du dispositif méthodologique où il me fallait regrouper les thématiques dégagées à l'issue de l'enquête exploratoire et de la première phase pour les restituer aux participants. Cela, par la mobilisation de plusieurs méthodes de recueil des données (l'entretien individuel et l'entretien collectif) et par la mobilisation de données (discours, images de soi et/ou profils de réseau social présentés en entretien).

Ces thématiques étaient définies préalablement dans mon guide d'entretien pour répondre à mon questionnement. Mais les interactions avec les participants ont également donné lieu à l'exploration de pistes imprévues (Paillé et Mucchielli, 2021), comme c'est le cas pour la technicité (Fluckiger, 2021) dont font preuve les participants à propos du travail de l'apparence sur les réseaux sociaux d'images. Puis, ces thématiques ont été reconsidérées pour la rédaction de mon mémoire de doctorat.

Les entretiens en présentiel ont été enregistrés et retranscrits. Les entretiens à distance ont été conduits par le biais de deux logiciels de visioconférence : Zoom dans un premier temps, puis Microsoft Teams. Le recours au dispositif d'enregistrement qu'intègrent les deux logiciels, et à celui de retranscription automatique pendant la visioconférence permis par Microsoft Teams ont facilité la retranscription et le codage des entretiens dans les grilles d'analyse thématique.

Prise par nos échanges, j'ai oublié d'enregistrer un entretien individuel à distance, celui de Romain (dix-sept ans, Bourgogne Franche-Comté, lycéen en classe de première voie professionnelle commerce en alternance). Ce sentiment de raté de terrain a en fait permis d'éclairer mon objet (Barrelet, 2017). D'une part, par l'effet de saturation opéré par cet entretien, qui intervient lorsque le dernier matériau récolté n'apprend rien de nouveau à l'interprétation. D'autre part, l'effet de saturation survenu tôt au cours de mon enquête, dès ce quatrième entretien, m'a conduite au réajustement de ma position en entretien à distance, en

n'hésitant pas à me livrer pour approfondir l'engagement du participant et prêter attention à de nouvelles pistes d'analyse.

L'analyse thématique consiste en « la transposition d'un corpus donné en un certain nombre de thèmes représentatifs du contenu analysé, et ce, en rapport avec l'orientation de recherche (la problématique) » (Paillé et Mucchielli, 2021, p. 270). Après l'étape fastidieuse de la retranscription, j'ai procédé à une lecture flottante pour « [m]'approprier le corpus » et établir mes « premières pistes d'analyse ainsi que le choix du découpage » (Barbillon et Le Roy, 2012, p. 48) des entretiens individuels et collectifs à partir de grilles d'analyse, aussi appelée grilles de codage.

« Outil explicatif (visant la production de résultats) » (Blanchet et Gotman, 2015, p. 97), la grille d'analyse « doit autant que possible être hiérarchisée en thèmes principaux et thèmes secondaires (spécifications), de façon à décomposer au maximum l'information […] et minimiser les interprétations non contrôlées » (Blanchet et Gotman, 2015, p. 97). Pour les entretiens individuels, chacun des trois principaux résultats de l'enquête exploratoire (des usages différenciés selon le réseau social, les relations intermasculines en ligne et le regard sur le travail de l'apparence des filles sur les réseaux sociaux) a fait l'objet d'une nouvelle grille dans laquelle j'ai décliné des thèmes, sous-thèmes et sous-sous thèmes et classé les verbatims correspondants. Les entretiens collectifs étant moins nombreux, j'ai recouru à une unique grille que j'ai insérée en annexe.

D'une part, le classement a consisté en de nombreux allers-retours entre les passages d'un entretien et l'entretien dans son ensemble pour comprendre la logique suivie par le participant. D'autre part, pour vérifier si les thèmes « sont récurrents d'un matériau à l'autre et comment ils se recoupent, se rejoignent, se contredisent, se complémentent... » (Paillé et Mucchielli, 2021, p. 271), de nombreux allers-retours ont également eu lieu entre chaque entretien et l'ensemble du corpus.

Les grilles de codage ont ensuite facilité la phase d'écriture, en particulier l'identification de mes principaux résultats et la citation de verbatims dans l'exposé de ma méthodologie. Au cours de ces différentes opérations analytiques, la confrontation avec les résultats d'autres travaux portant sur les mêmes objets mais déroulés sur d'« autre terrains, [auprès d'] autres catégories sociales, [avec d'] autres problématiques » (Beaud et Weber, 2010, p. 235) a permis de préciser, valider et situer mes interprétations dans la littérature scientifique.

Mes observations et ressentis à propos des entretiens individuels et collectifs ont été consignés dans mon journal de recherche à la suite de ceux-ci. Ces notes étaient complétées par des réflexions analytiques et des verbatims lors des réécoutes durant la phase de codage et d'écriture. Elles venaient alors confirmer la saturation relevée au cours des phases de recueil de données. Mon journal de recherche m'a également permis de relever les effets de mon dispositif méthodologique (dimension SCI) qui ont émergé au cours de l'enquête et qui ont dès lors pris place parmi mes résultats. La mise en réflexivité des participants par le recours à la triangulation des méthodes de recueil de données sur une temporalité longue a mis en évidence la relativité de l'exercice d'un contrôle sur le corps féminin par les garçons. Cette idée, récurrente dans les discours des participants, apparait comme une disposition masculine intériorisée collectivement.

Conclusion de la deuxième partie

Après l'enquête exploratoire (première phase) conduite par observation participante combinée à des entretiens individuels au sein de deux lycées situés en région parisienne, mon dispositif méthodologique a été construit autour d'une immersion en ligne et de deux phases d'entretiens ethnographiques à visée compréhensive individuels (seconde phase) puis collectifs (troisième phase).

Engager de soi dans la recherche, jusqu'où ?

La relation de proximité construite avec les jeunes garçons au fil du terrain implique un travail réflexif permanent (Bacqué et Demoulin, 2022). La prise de contact sur les réseaux sociaux ou par SMS à l'aide de mon profil ou mon numéro de téléphone personnel, le partage de certaines de mes propres expériences en entretien, accompagnées parfois de certaines photos de moi partagées sur mon profil Instagram, accepter la demande d'abonnement des quelques participants ayant pris l'initiative et m'abonner à eux en retour…, ces éléments relatifs à la relation d'enquête ne relèvent pas d'un manque de rigueur méthodologique mais de techniques d'enquête et de matériaux (n)ethnographiques.

Plusieurs précautions ont été prises dans ce cadre et sont explicitées tout au long de cette deuxième partie : le recours à des entremetteuses et à des participants-entremetteurs pour m'introduire auprès des potentiels participants, la tenue d'un journal de recherche comme outil réflexif me permettant de démêler certaines de mes implications pour en illustrer les effets sur

la compréhension de mon objet de recherche et la relation d'enquête, ainsi que l'accompagnement de mon directeur de thèse et la participation à des séminaires doctoraux, permettant de partager des interrogations, des doutes et de s'inspirer des retours d'expérience.

L'intérêt pour moi était de créer un cadre propice aux échanges, permettant aux participants de se sentir suffisamment en confiance pour se dévoiler, partager leurs points de vue, leurs doutes, et parfois leurs insécurités. Ils pouvaient ainsi mobiliser leurs expériences personnelles en donnant des exemples relatifs à leurs propres pratiques ou à celles de leur groupe de pairs. Tout cela, sans que je ne m'identifie comme un membre de leur groupe.

TROISIEME PARTIE - ANALYSES

Introduction de la troisième partie

Cette partie présente quatre principaux résultats allant de la technicité requise par le travail de l'apparence aux dimensions politiques de celui-ci en passant par la grammaire de l'image à maitriser et le regard posé par les garçons sur le travail de l'apparence des filles.

Le vocabulaire général ou plus spécifique à chaque réseau social, ainsi que celui utilisé par les participants pour décrire leurs pratiques de capture, d'édition, de partage et de visualisation d'images sur les plateformes, montre que le travail de l'apparence des jeunes garçons sur les réseaux sociaux requiert une certaine technicité. Le glossaire proposé dans la deuxième partie en témoigne. Dans le premier chapitre de cette dernière partie, je rendrai compte de l'étendu de la technicité que requiert le travail de l'apparence sur les réseaux sociaux d'images.

En prenant pour exemple Snapchat et Instagram, les deux réseaux sociaux les plus utilisés par les participants, le deuxième chapitre met en lumière la diversité des images produites et publiées. Cette production est régie par diverses normes de présentation de soi, et associées à des formes variées de sociabilité. Ainsi, le travail de l'apparence des jeunes garçons sur ces réseaux sociaux d'images obéit à une véritable grammaire visuelle.

Le rôle de spectateur, d'évaluateur et de contrôleur du corps des filles par les garçons a été confirmé tout au long des trois phases de la recherche, bien que ce rôle ait suscité des résistances des participants exprimées par deux arguments : les filles seraient « libres » de se montrer sur les réseaux sociaux et le « contrôle » entre elles serait plus marqué. Je montrerai dans le troisième chapitre comment ces points de vue sont exposés par les garçons.

Selon les participants, le travail de l'apparence des filles, qui se distingue de celui des garçons, serait pensé principalement en direction du regard des garçons. Le quatrième chapitre interrogera l'influence du genre et de l'hétéronormativité sur le travail de l'apparence des jeunes sur les réseaux sociaux d'images. Contrairement à certaines croyances, ceux-ci semblent davantage reproduire les rapports socialement et politiquement institués que permettre une émancipation.

De nombreux *verbatims* des entretiens avec les participants sont restitués pour soutenir les analyses proposées. Ils témoignent de la richesse du matériau récolté lors des deux phases

d'entretiens. Ces *verbatims* sont mis en évidence dans le corps du texte par une mise en italique et des guillemets. Les « / » insérés indiquent les pauses, tandis que les propos en gras témoignent d'une affirmation accentuée par le participant, notamment à travers un haussement de ton. Entre parenthèses figurent le pseudonyme, l'âge, lieu de résidence et situation scolaire, universitaire ou professionnelle du participant pour situer les propos cités et analyser les rapports sociaux à l'œuvre au sein du groupe des participants à propos du travail de l'apparence sur les réseaux sociaux d'images. Les caractéristiques sociales indiquées correspondent à la situation rapportée lors de l'entretien dont est issu le *verbatim*. Ainsi, les *verbatims* des participants ayant effectué un entretien individuel et un entretien collectif peuvent indiquer des caractéristiques sociales différentes, d'autant qu'ils sont espacés dans le temps.

Des extraits de mon journal de recherche seront également cités et quelques micro-portraits de participants permettront aux lectrices et lecteurs de mieux les situer.

Chapitre 1 - Un travail de l'apparence qui requière une technicité

Précisions méthodologiques :

Ce chapitre s'appuie particulièrement sur les réponses apportées par les participants à une question posée au cours des entretiens individuels puis des entretiens collectifs :

- Les possibilités techniques de ces réseaux sociaux liées au partage d'images influencent-elles vos publications ?

Cette question s'est imposée après avoir relevé dans les discours en entretiens individuels la récurrence et la pertinence de la perception et de l'utilisation des potentialités techniques des réseaux sociaux d'images utilisés dans le travail de l'apparence des garçons.

1.1 La maitrise technique des participants

Bien qu'il ne fasse pas l'objet d'une réflexion consciente de la part des participants, le travail de l'apparence des garçons sur les réseaux sociaux d'images relève d'un apprentissage indissociablement social et technique qui participe de la culture numérique juvénile. Cet apprentissage est perçu comme technique car « la manière de faire est déterminée par le caractère technique des outils qui les rendent possibles » (Fluckiger, 2021, p. 171). La conceptualisation de la technicité proposée par Cédric Fluckiger s'appuie sur les travaux de

Maurice Combarnous sur les techniques et la technicité et de Jean-Louis Martinand sur la culture technique. Cédric Fluckiger (2021) les a appliqués à son objet, la culture numérique étudiante. Ces travaux m'ont permis de préciser ce que j'entends par technicité dans le contexte de ma recherche :

- Chaque réseau social d'images utilisé nécessite le téléchargement de l'application et la création de son profil.
- Les réseaux sociaux d'images présentent des spécificités, en termes de vocabulaire, de fonctionnalités liées à la capture, l'édition et au partage d'images, de format des images, de type de contenu (e.g les challenges, les *storytimes*[78]), de réactions possibles, de degré de publicisation et de normes de présentation de soi. Les potentialités et les contraintes sociotechniques identifiées par les utilisatrices et les utilisateurs influencent leur travail de l'apparence.
- L'usage des réseaux sociaux d'images et le travail d'apparence associé à chacun relèvent d'une appropriation sociale. Les pratiques et les connaissances qui leur sont associées s'inscrivent dans des liens de sociabilités, qui diffèrent selon le réseau social et au sein du même réseau social.

Le travail de l'apparence sur les réseaux sociaux d'images nécessite d'identifier les configurations sociotechniques de chacun d'entre eux, d'y opérer des sélections. L'apprentissage s'effectue avec les pairs, auxquels on montre sa maitrise. On pourrait penser cette technicité comme commune à tous les jeunes, notamment à partir du concept de « *digital natives* » (« natifs numériques ») (Cordier, 2020 ; Fluckiger, 2016 ; Fluckiger, 2023 ; Octobre, 2019) qui homogénéise la jeunesse et l'oppose à des pratiques, perceptions et des rapports au numérique attribuées à d'autres générations. Or, cette analyse participe de la vision paradoxale à propos des pratiques socionumériques juvéniles, à la fois dévalorisées, voire jugées dangereuses, et érigées en expertes, notamment en ce qui concerne leurs pratiques informationnelles (Cordier, 2020). Ainsi, ce concept de « digital natives » « empêche de penser la complexité et la variété des dynamiques d'usages des jeunes » (Fluckiger, 2023, p. 96) mis en évidence dans de nombreux travaux par ailleurs. « Sans nier la spécificité sociale de l'âge », le recours à de telles dénominations « nie les univers sociaux auxquels appartiennent les acteurs considérés, ainsi que leurs réseaux personnels de sociabilité, le contexte culturel dans lequel ils évoluent, les environnements informationnels à leur disposition » (Cordier,

[78] Une *storytime* est un format vidéo face caméra sur les réseaux sociaux qui consiste à partager une anecdote personnelle.

2020, p. 242). Dans le cadre de ma recherche, par exemple, l'appartenance à la catégorie « jeune garçon » n'efface pas celle à d'autres catégories sociales pour les participants.

Les usages des participants sur les réseaux sociaux d'images peuvent être considérés comme une rencontre avec un objet technique, une « rencontre technique », où « des registres de technicité variables peuvent être observés » (Fluckiger, 2021, p. 172). Certains montrent une technicité particulièrement développée, pouvant être liée à leur cursus scolaire/universitaire et/ou projet professionnel dans les secteurs techniques, créatifs, et commerciaux de l'informatique et des médias numériques. Il s'agit de Gabin, Tony, Robin, Joris et Mathis. Le niveau d'études, *a fortiori* dans le domaine du numérique, constitue un élément favorisant en matière d'accès et d'usages (Octobre, 2019 ; CREDOC, 2024). Ces cinq participants sont ainsi susceptibles de tirer profit de leurs apprentissages dans différents domaines de la vie scolaire ou étudiante, tel que le rapport au savoir ou la sociabilité numérique entre pairs étudiants. Il est intéressant d'observer leur travail de l'apparence pour ces raisons.

Pour autant, le niveau d'études n'est pas un déterminant exclusif. Les étudiants imbriquent leurs pratiques socionumériques personnelles et académiques (Fluckiger, 2016 ; Fluckiger, 2021). Si les transferts opérés peuvent être perçus comme aisés parce que ce sont de jeunes utilisatrices et utilisateurs, « les usages personnels et académiques, informels et formels, obéissent [en fait] à des logiques d'usage différentes » (Fluckiger, 2016, p. 143) qui dépendent du contexte social. Les pratiques sont alors différenciées parmi les étudiants, mais également pour un même étudiant.

De fait, dans la suite de chapitre je montrerai comment la technicité de ces participants se décline dans le travail de l'apparence effectué sur les trois réseaux sociaux d'images les plus utilisés par ma population d'enquête : TikTok, Snapchat et Instagram. Pour chacun d'entre eux, notamment à partir de la rédaction de micro-portraits, seront soulignées les fonctionnalités identifiées, les plus utilisées, de quelles manières et avec qui.

1.2 Un flux de vidéos courtes au format vertical sur TikTok

Parmi les vingt-six participants de la seconde (entretiens individuels) et de la troisième (entretiens collectifs) phase du dispositif méthodologique, dix-sept m'ont indiqué utiliser TikTok (treize sur vingt-deux lors de la seconde phase et quatre[79] sur douze au cours de la

[79] Il s'agit des quatre participants arrivés à ce stade du dispositif méthodologique.

troisième phase). Ce réseau social est associé à la période pandémique (2020-2021) et son utilisation est récente.

TikTok se caractérise par un flux de vidéos courtes divertissantes et son algorithme performant qui, d'une part, permet de visualiser du contenu personnalisé en fonction de ses abonnements et d'autre part, émet des recommandations : *« j'ai beaucoup de vidéos de musique voilà parce que l'algorithme TikTok il se personnalise plus facilement donc bah moi c'est des trucs qui me plaisent vraiment / humm de la musique un peu de philosophie aussi […] quand je vais sur TikTok c'est pour m'éduquer »* (Théo, dix-huit ans, Ile-de-France, étudiant en première année de double licence Histoire – LLCER anglais).

Micro-portrait 1 - Joris et Mathis

Lors de la troisième phase du dispositif méthodologique et réunis au sein du même entretien collectif (entretien collectif 4), Joris et Mathis résident en Guadeloupe et sont étudiants en deuxième année de BTS. Agé de dix-neuf ans, Joris est en informatique et souhaite devenir développeur web ou développeur d'applications mobiles. Sa mère est sans emploi et son père est maitre-nageur.

Mathis, lui, est âgé de vingt et un ans et étudie le management commercial opérationnel (MCO). Sa mère est adjointe territoriale d'animation. Il aimerait ouvrir une entreprise de revente et de formation spécialisée dans le matériel informatique. Ils ont tous les deux un profil TikTok. Mathis utilise également Discord et Joris, Snapchat et Instagram.

L'extrait d'entretien suivant illustre la densité des échanges d'informations au cours des entretiens collectifs. Ici, en discutant de la liberté des filles de montrer leur corps sur les réseaux sociaux, les participants montrent leurs références communes en matière de *trends* sur TikTok, leurs connaissances sur les spécificités propres à chaque réseau social mais également sur la circulation d'un même contenu entre les réseaux sociaux :

Joris : « y a certaines filles qui le font exprès par exemple y a des trends elles doivent se montrer le plus nues possible etc.
Moi : ah bon ? j'suis pas au courant de ces trends
Mathis : oui c'est vrai par contre
Moi : Kaïs tu connais ?
Kaïs : [sourit en réfléchissant puis rigole] ***ouais***

Joris : [rigole] ben par exemple y avait une trend où le but c'était que la fille mette la caméra au sol et qu'elle saute sur la caméra avec ses fesses etc. par exemple des trucs ça ben j'comprends le jugement des gens quoi parce que c'est bizarre
Mathis : y avait autre chose aussi une autre trend qui était connue grâce à une musique sur TikTok […] au départ tu vois deux filles qui dansent un moment tu vois qu'elles twerkent[80] *y a un moment tu vois qu'elles re dansent mais y a deux filles elles sont allées trop loin elles ont twerké et elles ont montré leurs fesses [Joris acquiesce]*
Moi : ah c'est pas la trend avec la lumière ?
Mathis : oui c'est ça c'est un truc comme ça
Kaïs : c'était y a pas longtemps ça [sourit] y avait un autre truc comme ça aussi c'était quand [cite le nom d'une chanteuse et rappeuse américaine] avait fait un son et en gros le son tu danses et tout et à un certain moment de la musique tu dois montrer ton ombre et tout mais comme on voit ton ombre on sait pas trop sii [sous-entend qu'on ne sait pas si la personne qui danse est nue] / voilà quoi
Joris : ***haan ouii***
Kaïs : […] y a une meuf elle l'avait faite mais la vidéo elle a fini sur Twitter comme la meuf elle avait un compte Onlyfans[81] *ben bien sûr que ça a tourné sur Twitter*
Mathis : ***Obligé***
Moi : c'est quoi le lien entre Twitter et OnlyFans ?
Joris : en fait y a des gens qui utilisent Twitter pour promouvoir leur OnlyFans tu vois ?
Moi : alors que Twitter c'est là où les gens sont le plus méchant
Kaïs : Mais c'est ça en fait [sourit]
Joris : même Instagram hein
Moi : ouais moi j'avais plus vu ça sur Insta » (entretien collectif 4).

Les *trends*, vidéos tendances sur TikTok, éphémères, virales et reproductibles, sont une caractéristique de ce réseau social. La forte viralité des *trends* incite les créatrices et créateurs de contenu à les reproduire pour obtenir le plus de vus, de *likes*, de commentaires et de partages sur leur profil. C'est le cas des filles qui imitent les *trends* citées par les trois garçons au cours

[80] Issu de la culture afro-américaine et revendiqué par les cultures postféministe et Queer, le twerk est une « danse clubbing » qui se caractérise par le « secouement du mouvement jerk transféré au niveau du fessier », « les roulements du bassin et les déhanchements » et « la souplesse des genoux et le mouvement des jambes du twist » (Palazzolo, 2021, p. 108-109). Cette danse est qualifiée de « sexuellement provocante [traduction personnelle] » par l'Oxford English Dictionary (2023).
[81] « OnlyFans s'inscrit de manière unique à l'intersection d'un réseau social au service d'abonnement et d'une plateforme numérique de travail du sexe [ma traduction] » (Lippmann et al., 2023, p. 1205). OnlyFans est ainsi associé à son contenu sexuellement explicite, en particulier pornographique.

de l'entretien collectif, trends qui contribuent à associer les filles à leur corps et à sa visibilité. Celles-ci profitent d'une forte visibilité auprès des participants selon leurs recommandations algorithmiques.

Adapté à l'écran d'un smartphone, le format vertical correspond à un type de vidéo plein écran en mode portrait, conçue pour être courte et immersive afin de capter rapidement l'attention : *« ce qui est bien c'est que c'est comme c'est des vidéos de quinze secondes jusqu'à trois minutes maximum / bah du coup c'est un format qui est assez dynamique qui est court / et du coup des fois bah quand tu veux regarder vite fait un truc pour je sais pas te distraire / parce que je sais pas t'as tu dois attendre deux minutes un pote qui qui arrive en retard bah hop je regarde ça »* (Robin, vingt ans, Grand-Est, étudiant en troisième année de licence de STAPS).

Ce format incite les participants à regarder et peu d'entre eux y partagent du contenu : *« j'avais besoin de divertissement / et c'est vrai que c'est un contenu vidéo qui est très facile très rapide on voit plein de chose en l'espace de très peu de temps et voilà y'avait des vidéos intéressantes »* (Basile, dix-neuf ans, Ile-de-France, étudiant en première année de licence de droit français – Common Law).

Comme Sandrine Philippe (2023) le relève dans sa propre recherche, des ambivalences à propos du temps passé à swiper les vidéos ont imprégné les discours des participants à ma recherche qui sont présents sur TikTok : *« tu vas te dire je vais rester cinq minutes tu vas regarder deux trois vidéos mais le fait que c'est drôle et que il y a des contenus intéressants sur l'actualité tu vas vouloir de plus en plus / moi je dis que c'est toxique parce que tu te dis que je fais juste cinq minutes pour au final tu fais deux trois heures dessus »* (Nicolas, dix-sept ans, Guadeloupe, lycéen en classe de terminale voie générale). Rudy (seize ans, Auvergne-Rhône-Alpes, lycéen en classe de terminale voie générale) soutient son propos : *« on se dit encore une vidéo donc on défile je sais pas cent fois mais ça va ça va vite »*.

Micro-portrait 2 - Robin

Robin a vingt ans et réside dans le Grand-Est. Il a obtenu un bac S spécialité informatique et sciences du numérique (ISN) en section européenne anglais. Sa mère est infirmière et son père plasticien. Lors de la seconde phase du dispositif méthodologique, il est étudiant en troisième année de licence de sciences et techniques des activités physiques et sportives (STAPS) mention ergonomie du sport et performance motrice. En section sportive de canoë-kayak depuis le collège, il bénéficie d'un aménagement de cursus pour sportif de haut niveau.

Agé de vingt et un ans lors de la troisième phase, il étudie en master STAPS mention ingénierie et ergonomie de l'activité physique (IEAP) et détient toujours un aménagement de cursus pour sportif de haut niveau.

Robin est le participant utilisant le plus de réseaux sociaux d'images : Snapchat, Instagram, TikTok, Facebook et BeReal. Ne connaissant pas BeReal à ce moment-là de l'enquête, il me donne une description complète de ce réseau social, m'indiquant les conditions de capture et de partage d'images soumises à des contraintes temporelles fortes : *« le principe c'est tu mets une photo qui va être prise avec ton appareil du coup de vers toi en selfie et une photo qui prend aussi l'appareil pour prendre devant toi et c'est tu peux faire ça quotidiennement t'es pas obligé de le faire quotidiennement mais à un moment donné pendant la journée tu recevras une notification qui te dit bah mets un BeReal pour partager ce que tu es en train de faire avec tes amies et amis*[82] *»*. Il me décrit également les possibilités réactionnelles, effectuées à partir de ses *selfies* : *« il y a des réactions c'est pas comme un like mais tu réagis en fait avec justement un selfie de toi ben par exemple tu fais un sourire ou des trucs comme ça parce que tu as cinq émojis entre guillemets ils appellent ça des Realmojis ».*

C'est le seul utilisateur de BeReal, réseau social français créé en 2020, parmi les participants à la seconde phase du dispositif méthodologique qui s'est déroulée en 2021-2022. Rémi (16 ans, Pays de la Loire, lycéen en seconde voie générale et technologique) sera le second en octobre 2023 lors de la troisième phase de la recherche. Sonia (21 ans, Ile-de-France, étudiante en deuxième année de licence en droit français – Common law) rencontrée lors de l'entretien collectif avec trois entremetteuses en février 2024, possède également un profil BeReal. Bien que seuls ces trois personnes aient évoqué utiliser BeReal, leur description de ce réseau social et leurs pratiques convergent : l'envoi de contenu le plus authentique, empreint d'humour pour Robin, *« là où tu mets les trucs les plus drôles »*, au cercle d'amies et amis les plus proches, en *« comité restreint »*.

Journal de recherche, note du 08/03/2024 :

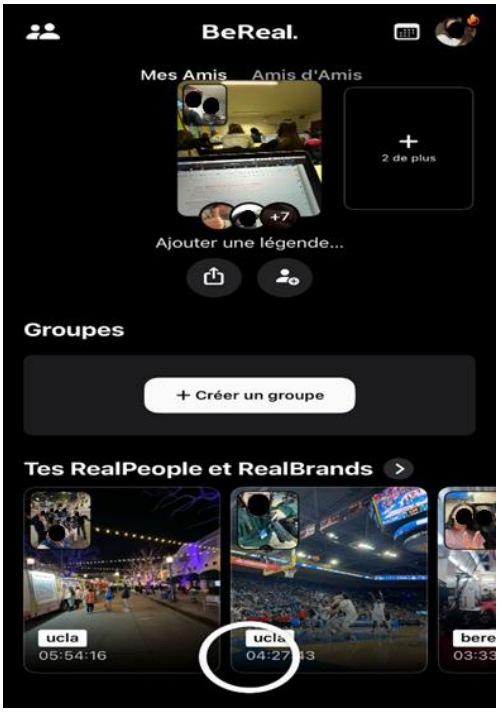
Sonia et moi sommes dans une bibliothèque universitaire parisienne pour la journée. Après avoir déjeuné, nous prenons un café dans la maison de vie étudiante lorsqu'elle me dit

[82] Bien qu'il ait employé le masculin générique en entretien, j'ai ajouté dans le verbatim rapporté les amies qu'il m'a indiqué avoir dans ses « amies et amis » BeReal lors d'un échange sur Instagram le 15/05/2024. C'est également le cas sur Snapchat : « oui des amis garçons et filles je connais pas trop le ratio garçons filles mais je pense que ça doit être 50/50 ».

« installe BeReal stp c'est trop bien ! ». Réseau social « hyper récent » selon elle, elle l'utilise depuis septembre 2022. Ce n'est pas la première fois qu'elle me parle de BeReal, notamment lors de l'entretien collectif avec deux autres entremetteuses. Je lui demande de m'en dire plus. Elle ouvre l'application et me montre son fil d'actualité tout en m'expliquant : « t'ajoutes tes amis mais en général les gens ils ajoutent pas les gens qu'ils connaissent pas ou de loin t'ajoutes vraiment tes potes potes […] en gros t'as une notification qui s'allume par jour et tu dois prendre une photo au moment où la notification se déclenche et genre t'as deux minutes pour prendre une photo […] si tu prends pas si tu peux quand même prendre une photo mais genre ça s'appelle un late BeReal du coup un BeReal en retard et ils te disent t'es en retard de combien de minutes par rapport à la notification / et quand tu la postes à l'heure tu peux poster dans la même journée deux autres BeReal en plus mais seulement si tu la postes à l'heure si tu la postes pas à l'heure tu peux en poster qu'un seul ».

Illustration 8 – Principales interfaces de BeReal

(Fil d'actualité BeReal de Sonia et le BeReal posté par Sonia le 08/03/2024, dans lequel je me suis prêtée au jeu)





Au cours de l'entretien individuel (ce qui s'est confirmé en entretien collectif), Robin montre sa maitrise du vocabulaire spécifique à chaque réseau social utilisé, ses fonctionnalités, ses normes de présentation de soi, parfois même sa genèse en situant la période pandémique de la Covid-19 et l'entreprise qui le détient. C'est le cas de TikTok, qu'il utilisait sous sa forme originel Musical.ly : *« je connaissais déjà sa forme Musical.ly ça s'appelait à l'époque et donc du coup ça fait déjà bien longtemps que j'utilise […] et à l'époque les gens ils disaient mais c'est un truc de nul et depuis que c'est passé sur la forme TikTok les gens ils se sont tous mis dessus ».* Selon lui, le principe reste inchangé : *« c'est toujours de faire des vidéos avec de la musique et des danses des trends »,* type de vidéo qu'il a déjà reproduit avec des camarades de promotion et partagé sur son profil. Mais TikTok va plus loin. Grâce à son algorithme, Robin associe ce réseau social à un moteur de recommandations visuelles éclectiques : *« tu peux trouver de tout et en fonction aussi de ce que tu regardes y a l'algorithme du coup qui va te montrer plus de choses de de ce genre-là ».*

Les participants ont montré, au cours de l'enquête, une grande virtuosité dans leur capacité à passer d'un réseau social d'images à un autre, tout en tenant compte des affordances propres à chacun. C'est notamment le cas de Robin, dont les profils Instagram et Facebook[83] sont reliés. Cela lui permet de publier la même photo de lui sur les deux réseaux sociaux quand il le souhaite : *« Facebook j'aime bien parce que des fois enfin tu vois plus sur la vraie vie des personnes entre guillemets c'est moins superficiel que sur Instagram […] même si c'est la même entreprise qui a ça ».* Il préfère cependant publier sur Instagram, qu'il associe à son contenu visuel : *« sur Facebook t'as plus tendance à avoir plus de texte / alors que sur Instagram la première chose que tu vois c'est la photo avant de voir la description ».*

Parmi les six participants m'ayant indiqué utiliser Facebook, quatre le font principalement par rapport à leurs études. C'est d'ailleurs le seul réseau social associé à la vie étudiante[84]. Agés de dix-neuf et vingt ans, ces quatre participants sont tous étudiants en école de commerce, médecine, bachelor universitaire de technologie et leur école ou université se situent en région parisienne, Hauts-de-France, Normandie ou Grand-Est.

[83] Instagram et Facebook appartiennent tous deux au groupe Meta.
[84] Pour approfondir ce sujet, voir les travaux de Fluckiger.

1.3 La diversité de formats des images publiées sur Instagram

Parmi les vingt-six participants, vingt-trois m'ont indiqué utiliser Instagram (vingt sur vingt-deux participants lors de la seconde phase du dispositif méthodologique et trois sur douze lors de la troisième).

Pour ce réseau social, les participants mettent en évidence les différents types de contenu visuel présentés, photos ou vidéos, éphémères ou permanentes, qui peuvent être *scrollées* rapidement : *« je regarde beaucoup parce que c'est soit des photos soit des vidéos très courtes fin c'est / tu peux passer d'un thème à l'autre très très rapidement »* (Pierre, vingt ans, Ile-de-France et Hauts-de-France, étudiant en troisième année d'école de commerce en alternance). Les différents formats de publications sont identifiés et leur production est maitrisée :

- Story : une ou plusieurs photos et/ou vidéos visibles pendant vingt-quatre heures,
- Story à la une : permet de partager ses stories pendant plus de vingt-quatre heures en les épinglant sur son profil.
- Publication sur son profil : peut contenir une ou plusieurs photos et vidéos (format carrousel),
- Réel : vidéo courte au format vertical.

Si ce large choix incite à participer à la création de contenus : *« c'est le réseau en lui-même qui veut ça / humm qui pousse à je sais pas à plus se montrer parce que ça a quand même / rien que les stories je pense que les stories ça favorise le fait de de se montrer »* (Thomas, vingt ans, Ile-de-France, étudiant en cinquième année de médecine), les participants vont sur Instagram avant tout pour « regarder ». Ainsi, l'esthétique propre à Instagram, appréciée chez les autres, freine les garçons dans le partage d'images d'eux-mêmes sur ce réseau social : *« comme t'as dit l'appareil photo bah on voit directement notre tête sur Snapchat donc bah moi personnellement j'ai bah j'ai envie de de snapper de faire un truc et d'envoyer bah à mes proches etc. / mais quand je suis Instagram c'est plus enfin du coup quand j'ouvre l'application c'est un post qui apparaît devant moi et bah je commence à scroller et je peux rester vraiment des heures et des heures dessus / donc ça va pas m'influencer à poster mais à rester sur l'application pour le coup »* (Joris, dix-neuf ans, Guadeloupe, étudiant en deuxième année de BTS informatique, entretien collectif 4). Maël (dix-huit ans, Ile-de-France, étudiant en deuxième année de BTS commerce international, entretien collectif 2) rejoint Joris :

Moi : « Maël toi tu postes plus ou pas maintenant ?
Maël : non toujours pas ça a pas changé / non tout ce qui est story ou même poster des publications c'est très rare / en soi posts j'en ai aucun et story c'est très très rare aussi je suis plus là pour regarder c'qu'il s'passe ».

Micro-portrait 3 - Tony

Lorsque je rencontre Tony au cours de la deuxième phase de mon dispositif méthodologique (entretiens individuels), il a dix-sept ans et réside en Guadeloupe. Sa mère est aide-soignante et son père est sans profession. Lycéen en classe de terminale voie générale spécialités anglais et audiovisuel, il a pour projet professionnel de travailler dans l'animation 2D, l'illustration ou la réalisation de courts métrages sur les réseaux sociaux. Lors de la troisième phase, il a dix-neuf ans et habite désormais en Ile-de-France pour ses études. Tony utilise différemment trois réseaux sociaux d'images : Instagram, TikTok et Snapchat. La création de son profil TikTok s'est faite sous l'influence d'une amie : *« TikTok c'est vraiment tout récent j'ai dû le télécharger il y a quelques semaines ou quelques mois […] une amie qui m'y a poussé ».*

Les affordances perçues influencent l'utilisation des réseaux sociaux en termes de capture, édition et de partage de ses images connectées. L'usage de Snapchat par Tony se concentre exclusivement sur ses fonctionnalités concernant la capture : *« sur cette application disons qu'il y a des filtres et c'est plus ça que j'utilise j'utilise vraiment pas pour communiquer »* et la conservation d'images : caméra, outils d'édition et *memory : « je les garde pour moi ou j'en fais des souvenirs […] si jamais on change de téléphone le téléphone est cassé etc. on peut retrouver nos photos grâce au serveur en question ».* Lorsqu'il partage certaines images, il recourt à la circulation possible entre Snapchat et d'autres réseaux sociaux qui ont leurs propres conditions sociotechniques de visibilité et de réactions : *« sur Instagram parce que ça permet de communiquer soit par SMS ou bien par WhatsApp aussi ».*

Les normes de présentation de soi et les configurations sociotechniques d'Instagram modulent le travail de l'apparence de Tony, qu'il choisit d'utiliser ou non ou sur une période définie. Tandis qu'en *story*, fonctionnalité peu utilisée, les photos partagées sont prises de manière instantanée, sur son profil, les photos sont esthétiques et retravaillées à l'aide d'outils d'édition : *« en général celles qui sont dans mes stories c'est très rare déjà que j'en mette / euuh et puis bah c'est des photos totalement prises sur l'instant voilà / et ce que je mets dans mon feed c'est plus des photos vraiment comme j'ai dit que je prends du temps monter à mettre de*

meilleure qualité de meilleure couleur etc. mais elles restent en général pas très longtemps je les laisse deux jusqu'à trois mois après en général j'les supprime ».

Tony joue ainsi avec les fonctionnalités de publication/suppression/archivage des images, prenant en compte le temps d'édition passé sur chacune d'entre elles : *« certaines je les supprime définitivement je ne les retrouve plus du coup / et certaines je les archive parce que je me dis que j'ai quand même pris du temps pour celle-là peut-être qu'un jour elle me re plaira de nouveau alors je l'archive et je la retrouverai ».*

1.4 La prééminence de l'onglet caméra sur Snapchat

Les usages des participants sur TikTok et Instagram montrent que les réseaux sociaux d'images sont avant tout faits pour être regardés. Les participants regardent plus qu'ils ne publient d'images d'eux, comme l'expliquent Dany (vingt ans, Ile-de-France, étudiant en troisième année d'école de commerce) : *« j'suis plus quelqu'un qui regarde [rire] que quelqu'un qui publie »,* Nicolas (17 ans, Guadeloupe, lycéen en classe de terminale voie générale) : « oui je regarde plus de contenus que je publie », ou encore Hakim (seize ans, Occitanie, lycéen en classe de première voie générale) : *« pas du tout / moi je suis dans l'ombre [rire] je regarde ».*

Or, il y a un travail de celui qui regarde sur les réseaux sociaux d'images. L'image étant conversationnelle, celui qui reçoit l'image n'est pas passif. Prendre connaissance des images produites par les autres, c'est interagir avec l'outil, l'image et la personne derrière le contenu diffusé. Les participants rapportent un agissement sur leur corps. Les yeux observent, les doigts *scrollent* le contenu diffusé en flux continu, ouvrent une photo ou une vidéo envoyée personnellement par le biais de la messagerie instantanée, réagissent par un *like*, la sélection d'un *emoji* ou en laissant un commentaire. Des émotions sont ressenties, s'expriment. De ce fait, regarder suppose un engagement social, émotionnel, corporel mais également technique.

Pour autant, cette position de spectateur se négocie sur Snapchat. La prééminence de l'onglet caméra, le court cadrage temporel imposé par défaut à la visualisation, la fonctionnalité *memory*, les éléments de *gamification* sont autant de potentialités techniques identifiées par les participants qui incitent à la capture, l'édition, le partage et la conservation d'images de soi. Snapchat est ainsi le réseau social privilégié pour partager des images connectées avec le groupe de pairs, en particulier les « liens forts »[85] (Granovetter, 1973). En effet, les garçons utilisent

[85] Mark Granovetter (1973) distingue les liens « forts » des liens « faibles » à partir de l'évaluation « du temps passé ensemble, du lien émotionnel, du degré d'intimité (entente mutuelle) et [de] la réciprocité dans les services donnés qui caractérisent le lien [traduction personnelle] » (p. 1361).

peu voire pas du tout la fonctionnalité s*tory*, préférant envoyer des *snaps* à une ou plusieurs personnes choisies parmi ses « amies » et « amis », dans le cadre des *flammes* ou non : *« sur Snap l'avantage comme tu l'as dit c'est que t'ouvres l'application t'as déjà la camera qui est activée donc on l'utilise quand on veut se moquer d'un de nos amis par exemple j'sais pas il est en train de faire une dinguerie*[86] *devant nous c'est plus rapide d'ouvrir Snap appuyer sur le rond et le filmer rapidement que d'aller sur la caméra aller appuyer sur vidéo slide*[87] *un peu pour trouver vidéo / donc c'est plus facile de faire une photo ou une vidéo rapidement sur Snap que sur l'appareil photo ou sur Instagram »* (Hakim, dix-huit ans, Occitanie, étudiant en PASS, entretien collectif 3).

Parmi les vingt-six participants, vingt-trois m'ont indiqué utiliser Snapchat (vingt sur vingt-deux participants lors de la seconde phase du dispositif méthodologique et trois sur douze lors de la troisième).

Micro-portrait 4 - Gabin

Rencontré uniquement au cours de la seconde phase (entretiens individuels) de mon dispositif méthodologique, Gabin, est âgé de dix-neuf ans et réside en Ile-de-France. Etudiant en informatique, il souhaite travailler dans ce domaine, ce qu'il fait déjà en service civique dans l'aide à l'informatique aux personnes âgées. Sa mère est enseignante-chercheuse et son père, bibliothécaire.

Gabin se différencie des autres participants par son haut degré de technicité qui se traduit notamment par un équipement matériel spécifique et des profils sur d'autres plateformes en ligne qui incorporent des fonctionnalités pouvant s'apparenter à un réseau social. Il obtient son premier téléphone à dix-huit ans. L'ordinateur avec lequel il est connecté lors de l'entretien, situé dans sa chambre, a été assemblé par ses soins. Gabin est un *gamer*[88] passionné. Le contenu visionné sur Youtube, qui propose des vidéos plus longues et demandent, selon lui, « plus de temps de travail plus de recherches » que celles présentes sur TikTok, et sur Twitch, plateforme de *streaming* vidéo en direct ; est en lien avec ce centre d'intérêt.

[86] « Il est en train de faire une dinguerie » signifie ici qu'il est en train de faire une bêtise susceptible de faire rire le groupe amical.
[87] *Slide* signifie ici chercher pour passer de la fonctionnalité capture photo à capture vidéo.
[88] Joueur de jeux vidéo.

Les deux réseaux sociaux qu'il utilise le plus sont Twitter (X), qui propose du contenu *« plus réfléchi »*, pour s'informer sur le monde du *gaming*, et Discord pour discuter avec ses amis[89] qu'il voit quelques fois dans l'année : *« C'est un réseau social euh qui marche de façon privée c'est à dire que il faut inviter on invite des amis grâce à un code chiffré secret et sinon c'est surtout que ça marche par serveur donc on crée un serveur on rejoint le serveur et on peut discuter […] via des chats textuels et des salons audio […] à la base c'est fait pour les jeux en effet mais maintenant c'est très très développé »*. Lorsque je lui demande de me décrire Discord, Gabin montre son haut degré de technicité en explicitant : le type de plateforme en ligne, les liens sociaux entretenus, le degré de publicisation du contenu généré pour les utilisatrices et les utilisateurs présents sur le serveur et pour la communauté Discord : *« Discord c'est des serveurs donc les conversations peuvent être publiques »*.

Il utilise également Snapchat, incité par ses amis : *« j'ai téléchargé Snapchat parce que j'ai des amis qui utilisent que ça mais du coup j'utilise juste pour des discussions privées un peu comme les SMS »*. Nous verrons que les dimensions techniques de Snapchat incitent les utilisateurs à ne pas seulement être spectateurs mais à participer à la communication visuelle. C'est le cas de la caméra, qui, « placée au lancement et au centre de l'application, incite à la capture » (Déage, 2018, p. 156-157), particularité identifiée par Gabin : *« Snapchat tu rentres dans l'application ils te montrent ton appareil photo donc c'est ça a été créé pour faire des photos et maintenant c'est vrai que c'est beaucoup utilisé c'est mon utilisation la plus régulière »*.

Lorsque je lui demande s'il partage des photos et vidéos de lui, il commence par dire : *« j'ai vraiment rien publié euh sur les réseaux sociaux »*. Puis, au fil de l'entretien, j'apprends qu'il ne se prend pas souvent en photo mais qu'il en partage sur Discord : *« j'ai déjà dû poser des images de moi après je fais ça très rarement parce que j'en vois pas l'intérêt »* pour *« montrer à quoi je ressemblais »* à des amis d'amis, devenus ses amis, présents dans la discussion. Il s'agit surtout de photos instantanées prises dans sa chambre. Sur Snapchat, il lui arrive d'envoyer des snaps pour discuter de ce qu'il fait sans pour autant montrer son corps : *« ça m'arrive de montrer des photos de faire des photos avec Snapchat mais en vrai c'est généralement pas de moi c'est souvent de l'endroit où je suis ouais je suis là oh je sors du travail*

[89] Il m'a confirmé par mail que ce sont uniquement des garçons.

oh je sors de là mais en effet des fois au lieu d'écrire juste un texte je mets la photo une photo avec ».

Le type de contenu *« court éphémère divertissant mais donc pas forcément travaillé »* des réseaux sociaux d'images, ainsi que le *digital labour* associé, sont identifiés et critiqués par Gabin, en particulier concernant Instagram et TikTok sur lesquels il ne possède pas de profil. Il connait pourtant parfaitement les spécificités du contenu présent sur ces réseaux sociaux en termes de format et les usages associés. Il m'explique que sur TikTok, de courtes vidéos virales sont proposées par un algorithme et s'inscrivent dans des *trends* renouvelées régulièrement. Quant à Instagram, c'est le contenu photo qui domine : *« TikTok c'est euh c'est plein de petites vidéos faites par plein de gens avec un algorithme qui choisit euh en fonction de tes préférences / des vidéos souvent très courtes et faites de façon très régulière sur des sujets assez banals modes euh qui passent par des courants euh voilà / c'est du contenu de divertissement / Et euh Instagram je suppose c'est plus orienté photos mais j'crois qu'ils font qu'ils font aussi des contenus avec des petites vidéos ».*

Mis à part Augustin (vingt ans, Ile-de-France, étudiant en école de psychologie), Gabin est le seul participant à ne pas avoir de profil Instagram à ce stade de l'enquête. Mathis (vingt et un ans, Guadeloupe, étudiant en 2ème année BTS MCO), rencontré lors de la phase suivante, sera le troisième. Gabin et Mathis sont les seuls à utiliser Discord.

En sommes, les participants montrent une gestion stratégique de leur travail de l'apparence grâce à un usage réfléchi des potentialités et contraintes sociotechniques que les réseaux sociaux possèdent concernant la capture, l'édition et le partage des images connectées de soi. Ce sont particulièrement les destinataires et le degré de publicisation de ces images qui font l'objet d'une réflexion. Selon comment ils souhaitent se montrer aux autres, ils s'appuient aussi sur les normes de présentation de soi du réseau social. Ainsi, les images de soi circulent selon des modalités précises en termes de format, de fonction et de valeur d'échange, parmi des groupes de sociabilité différents et sur des réseaux sociaux qui ont eux-mêmes leurs propres normes.

Deux réseaux sociaux d'images, Snapchat et Instagram, dont les discours des participants révèlent une forte différenciation normative, permettront d'éclairer le propos du chapitre suivant. La comparaison du travail de l'apparence sur ces deux plateformes met en lumière leurs spécificités ainsi que les critères qui les relient. Le travail différencié de l'apparence, notamment par le recours à des stratégies de publication, témoigne de la mise en

œuvre de certaines dispositions masculines localement pertinentes (Bertrand et al., 2015) par les participants au sein d'espaces de sociabilité hiérarchisés.

Chapitre 2 - Un travail de l'apparence qui respecte une grammaire de l'image

Précisions méthodologiques :

Ce chapitre s'appuie particulièrement sur le questionnement suivant, posé au cours de la seconde phase (entretiens individuels) de mon dispositif méthodologique :

- Quels sont les réseaux sociaux que tu utilises actuellement ?
- Ce sont des réseaux que tu utilisais déjà ou que tu utilises que depuis récemment ? Il y a trois ans, les garçons que j'ai interrogés utilisaient essentiellement Snapchat et Instagram, il y a de nouveaux réseaux sociaux plus utilisés depuis ?
- Qu'est-ce que tu regardes sur chacun de ces réseaux ?
- Publies-tu des photos ou vidéos de toi ? Comment les sélectionnes-tu ?
- Tes publications sont-elles les mêmes sur tous tes réseaux sociaux ? Peux-tu m'en montrer ? Les garçons que j'ai interrogés il y a trois ans m'ont dit qu'ils partagent plus d'images d'eux sur Snapchat que sur Instagram parce c'est plus centré sur les potes.

Les ambivalences relevées dans le travail de l'apparence des participants, notamment sur Snapchat et Instagram, ont été restituées lors de la troisième phase (entretiens collectifs) de la manière suivante :

J'ai relevé quelques ambivalences lors des entretiens qui me posent question. Par exemple, j'ai relevé que le partage de photos ou vidéos éphémères de soi, prises sur le vif, humoristiques, dans un groupe d'amis restreint (en story Snapchat ou en story privée Instagram) est plus développé alors que les photos ou vidéos de soi esthétiques, réfléchies, permanentes et vues par un large public (sur son profil ou en story Instagram) est plus limité chez les garçons. Qu'en pensez-vous ?

- Choisir une des deux possibilités de partage c'est aussi choisir de montrer un aspect de soi en particulier ?
- Y a-t-il des normes de publications de photos ou vidéos de soi sur chacun des réseaux sociaux que vous utilisez ? Les respectez-vous ?

- Cela vous arrive-t-il de contourner ces normes quand vous souhaitez partager une photo ou vidéo de vous ?

2.1 Des images conversationnelles ou esthétiques

Le point suivant décline la grammaire de l'image décrite par les participants sur Snapchat et Instagram. Il met en exergue les configurations sociotechniques et les normes de présentation de soi qui structurent la production d'images sur ces réseaux sociaux.

2.1.1 Conversationnelles sur Snapchat

Sur Snapchat, les images mobiles (David, 2017)[90] sont des images connectées dès leur capture et édition à partir de l'onglet caméra de l'application. C'est surtout le caractère éphémère des images partagées qui incite à la capture et qui fait de Snapchat le réseau social privilégié dans le partage d'images : *« c'est là où tout le monde envoie le plus de photos je pense / sur Insta ils mettent en Story tout ça ils envoient pas forcément à leurs amis des photos / ils envoient plus sur Snapchat les photos »* (Maël, dix-sept ans, Ile-de-France, lycéen en classe de terminale voie technologique série STMG). Robin (vingt et un ans, Grand-Est, Etudiant en première année de master STAPS, entretien collectif 1) : *« faire des photos éphémères entre potes je trouve ça plus sympa alors que faire des photos réfléchies permanentes […] ça fait plus vouloir faire son influenceur ou en tout cas vouloir s'exposer »*, tout comme Joris (dix-neuf ans, Guadeloupe, étudiant en deuxième année de BTS informatique, entretien collectif 4) : *« c'est plus rapide d'envoyer des posts drôles à ses amis etc. que de faire des photos de soi-même et de les poster »* partagent son point de vue.

L'application, par le biais du *chat*, est utilisée à des fins de communication avec ses amies et amis par les participants, communication qui se fait par l'image, ce qui renvoie à l'usage conversationnel de l'image connectée mis en évidence par Gunthert (2014) : *« ça envoie une photo envoie une photo envoie une photo et au lieu de discuter par message on discute en photo »* (Martin, vingt ans, Ile-de-France, étudiant en troisième année d'école d'ingénieur en alternance), propos rejoint par Liam (quinze ans, Centre-Val de Loire, lycéen en classe de seconde voie générale et technologique) : *« je vais envoyer des messages à des amis et par exemple on se donne rendez-vous ici je prends une photo de l'endroit ou des trucs comme ça »*.

L'éphémérité des partages au sein du groupe de pairs proches désinhibe, permet de prendre des risques, d'envoyer un *snap* pris sur le vif et drôle. Le jeune, à travers des images

[90] A partir de l'expression anglaise 'mobile images' Gaby David (2017, p. 68) qualifie d'images mobiles les « images faites ou prises avec des smartphones ».

jetables et renouvelables, se cherche, s'affirme auprès des autres (Dizerbo, 2016). Avant d'être envoyé, le *snap* peut être modifié à l'aide d'« outils créatifs » permettant notamment l'ajout d'un fond sonore, de « filtres » pour l'ajout d'effets de couleur ou de « *Lenses* » pour l'ajout d'effets en réalité augmentée. Les potentialités techniques et les normes de présentation de soi sur Snapchat, bien identifiées par les participants, conduisent à la capture et l'envoi d'images instantanées et humoristiques de soi : *« la vidéo qu'on fait sur le pouce d'un coup comme ça et ça peut être mal filmé mais voilà il faut que ce soit drôle il faut que ça soit rapide / et pas forcément esthétique oui qualitatif »* (Basile, dix-neuf ans, Ile-de-France, étudiant en première année de licence de droit français – Common Law). Hakim (seize ans, Occitanie, lycéen en classe de première voie générale) confirme cela : *« c'est vraiment dans l'instant la photo elle est prise vraiment en deux secondes même pas […] quand je tiens le téléphone et que la caméra est frontale on va dire je j'appuie directement et c'est bien des fois elle est floue ».*

L'objectif n'est pas de se montrer sous son meilleur jour. Il s'agit, à partir de cet espace de sociabilités, de capturer et partager une image pour un moment de complicité et d'autodérision à des pairs de confiance (Lachance, 2017). C'est ce qu'explique Lucas (vingt ans, Ile-de-France, étudiant en troisième année d'école de commerce) : *« j'vais m'prendre en vidéo si j'suis beau j'suis beau et si j'suis pas beau bah c'est drôle c'est tout / parfois vraiment j'ai la tête avec la capuche serrée comme ça j'envoie comme ça j'fais une gueule de ouf [de fou] et j'envoie allez je m'en fous / j'le fais très consciemment genre / J'ai pas envie que on me voit tout le temps sous une même image »*, Rudy (seize ans, Auvergne-Rhône-Alpes, lycéen en classe de terminale voie générale) : *« c'est des photos de ma tête comme ça enfin c'est plus pour rigoler qu'autre chose c'est pas spécialement pour qu'ils se disent oh il est beau quoi »* et Pierre (vingt ans, Ile-de-France et Hauts-de-France, étudiant en troisième année d'école de commerce en alternance) : *« c'est vraiment des trucs pris à l'arrache euh j'peux prendre vraiment une photo même en soirée et tout pas très prêt / bon bah c'est pas bien grave parce que je sais que ce sera vraiment un cercle réduit ».*

Claire Balleys (2016) a observé le recours à l'humour chez les *youtubeurs* âgés de douze à dix-sept ans comme moyen privilégié pour aborder dans leurs vidéos les problématiques liées à l'intimité juvénile masculine telles que la drague, la masturbation ou les normes sociales de virilité. Il s'agit d'un type de vidéo spécifiquement masculin où « les jeunes vidéastes prouvent à la fois leur virilité et leur maturité, et se positionnent comme des individus opposés d'une part aux filles, et d'autres part aux enfants » (*Ibid.*, p. 189). L'humour fait appel à une connivence

masculine, rend possible la confidence et répond à un besoin de reconnaissance du groupe de pairs masculins auprès duquel les *youtubeurs* recherchent la validation.

De la même manière, les photos et vidéos partagées sur Snapchat, dont le format humoristique domine, révèlent les coulisses de la socialisation masculine. Les dispositions masculines auxquelles font appel les participants sur Snapchat sont observées chez les garçons dans d'autres contextes, en ligne et en dehors. Claire Balleys (2016) mentionne les travaux de Dominique Pasquier à propos des personnages comiques de séries télévisées auxquels ils s'identifient. Les participants font d'ailleurs mention de l'humour comme une caractéristique psychosociale masculine valorisée socialement depuis la première phase (enquête exploratoire) de mon dispositif méthodologique.

La dérision est présentée par plusieurs jeunes comme « le symbole par excellence de la confiance éprouvée envers le destinataire choisi » (Lachance, 2017, p. 154-155). Lorsqu'il inclut le groupe de pairs, le *selfie* faisant preuve de dérision constitue un souvenir commun conservé. Les rires partagés autour de l'image témoignent de leur complicité. L'humour est un principe normatif des amitiés adolescentes qui se met en mot et en image en ligne (Delaunay-Téterel, 2010). Sur Snapchat, l'humour se partage dans le cadre de relations étroites parmi le groupe amical qui présente une mixité de genre. Cette disposition masculine se réactualise dans l'échange avec l'autre, dans la conversation par l'image éphémère. C'est parce que l'image de soi, en particulier vidéo, est humoristique qu'elle est capturée et partagée : *« Snap c'est vraiment l'outil de messagerie pour moi je vais envoyer des trucs marrants des vidéos marrantes des photos marrantes »* (Dany, vingt ans, Ile-de-France, étudiant en troisième année d'école de commerce). Propos confirmé par Nicolas à propos des *flammes* (dix-sept ans, Guadeloupe, lycéen en classe de terminale voie générale) : *« moi ça me ça me fait rire parce que la plupart on envoie des vidéos des photos drôles »* et par Kaïs (dix-huit ans, Ile-de-France, lycéen en classe de terminale voie professionnelle métiers de l'hôtellerie-restauration) en entretien collectif :

Moi : « Des photos de toi ?
Kaïs : des photos non plus (+) des vidéos
Moi : ah ouais de toi ?
Kaïs : Oui
Moi : et c'est quel type de vidéo ?

Kaïs : Bah admettons il vient de m'arriver une galère où je vais plus en rigoler et ça je vais faire une vidéo je vais faire un snap je vais raconter ce qui vient de m'arriver et puis l'envoyer à certaines personnes pour que les personnes puissent en rigoler aussi » (entretien collectif 4).

Comme pour le *screenshot* (Bruna, 2020), stratégie n'ayant cependant pas été abordée par les participants au cours de mon enquête, la fonctionnalité *memory* permet d'annihiler l'éphémérité d'une image : *« si je veux conserver cette photo ou autre bah je l'enregistre »* (Augustin, vingt ans, Ile-de-France, étudiant en école de psychologie). Ici, c'est la capacité d'archivage des images de Snapchat qui favorise la conversation. L'image devient alors un souvenir qui pourra être (re)partagé avec le groupe de pairs, ce que soutiennent Stéphane (vingt ans, Guadeloupe, en formation maritime) : *« il y a des photos souvenirs aussi que tu peux envoyer »* et Lucas (vingt ans, Ile-de-France, étudiant en troisième année d'école de commerce) : *« y a les memories et tu peux voir les y a un an jour pour jour il y a deux ans jour pour jour »*, ce qui lui permet également de prendre mesure du temps qui passe et de la longévité de la relation.

2.1.2 Esthétiques sur Instagram

Instagram est qualifié de réseau social « *vitrine* » en raison, d'une part, du type d'images partagées par les utilisatrices et utilisateurs auxquels les participants sont abonnés, et d'autre part, des normes de présentation de soi en vigueur qui modèlent les images destinées à être publiées.

Sur son profil, est attendu la publication d'images de soi esthétiques ayant fait l'objet d'une réflexion : *« c'est des belles photos que tu postes c'est pas n'importe quelle photo c'est des photos qui sont jolies »* (Martin, vingt ans, Ile-de-France, étudiant en troisième année d'école d'ingénieur en alternance). Robin (vingt ans, Grand-Est, étudiant en troisième année de licence de STAPS) : *« Instagram c'est surtout sur le paraître l'image qu'on donne de soi […] ce que tu veux laisser dégager de ta page »* et Basile (dix-neuf ans, Ile-de-France, étudiant en première année de licence de droit français – Common Law) soutiennent son avis : *« sur Instagram on va poster plutôt du contenu pas formel mais euh des jolies photos des choses qui vont être un petit peu / enfin en tout cas pour ma part / mais du contenu qui va être un petit peu réfléchi il faut que ce soit un petit peu esthétique »*. Ces derniers ont réaffirmé leur propos en entretien collectif :

Robin : « je trouve que le premier réseau qu'on partage c'est Instagram justement / parce que justement c'est le réseau vitrine on va montrer un peu qui on est par quoi on est intéressé / justement c'est ce qui permet déjà de montrer un avant-gout de qui on est
Basile : ouais voilà Insta c'est plus une vitrine alors que pour le coup Snap c'est plus le réseau du réel parce que quand t'envoies un snap c'est le coup c'est le moment tu vas pas enfin si tu peux mettre des filtres mais c'est pas pareil
Robin : c'est pas les mêmes types de filtres non plus » (entretien collectif 1).

Sonia (21 ans, Ile-de-France, étudiante en deuxième année de licence en droit français – Common law), une des trois entremetteuses avec lesquelles j'ai eu un entretien collectif, confirme les propos des participants au sujet des images particulièrement esthétiques sur Instagram. Elle préfère les images partagées sur BeReal qu'elles trouvent plus *« réelles »* et spontanées : *« les gens ils vont toujours poster leurs meilleures photos sur certains réseaux Insta etc. fin surtout Insta alors que BeReal après c'est un peu leur marque de se vouloir vraiment réel le plus possible et du coup tu vois ce que les gens font dans leur vie de tous les jours quoi une journée type »*. Ses propos ne sont pas sans rappeler l'importance de l'instantanéité des snaps, telle que mise en avant par les participants.

Ce sont des images de soi *instagrammables* qui apparaissent dès l'ouverture de l'application dans le fil d'actualité des participants et qui les incitent à *scroller*. Ainsi, tandis que sur Snapchat les participants mettent en avant la capture et les échanges de *snaps* avec leurs amies et amis, ils insistent sur ce qu'ils regardent sur Instagram : *« sur Instagram t'as plus envie de regarder les autres et sur Snapchat t'y vas pour te regarder hein à moins que t'as une notification »* (Stéphane, 21 ans, Guadeloupe, salarié en excursion bateau, entretien collectif 3).

De la même manière, lorsqu'ils partagent des images d'eux-mêmes, ces images sont le reflet de ce qu'ils regardent. Si le partage d'une photo à une personne choisie implique un laisser-aller, une sorte d'abandon d'un code de présentation de soi au profit d'un portrait plus « authentique » (Lachance, 2016b, p. 6), la diffusion sur les réseaux sociaux demande plutôt une grande maîtrise des codes de présentation de soi.

Les jeunes garçons publient moins sur Instagram mais portent une plus grande attention à l'image sélectionnée, renvoyant à la publicisation d'une apparence corporelle masculine valorisée devant un public plus large : *« sur Insta ouais je vais faire un peu plus attention »* (Pierre, vingt ans, Ile-de-France et Hauts-de-France, étudiant en troisième année d'école de commerce en alternance). Jérôme (dix-neuf ans, Grand-Est, étudiant en première année de BUT

GMT) : *« faut que je sois beau gosse »* et Thomas (vingt ans, Ile-de-France, étudiant en cinquième année de médecine) : *« faut que ce soit une belle photo […] faut que je sois beau gosse […] c'est sûr que je mettrais jamais une photo où je me trouve pas bien »* confirment cette pratique.

Les normes de présentation de soi d'Instagram sont les témoins de standards de beauté prescrits hors ligne. L'omniprésence de l'esthétique et du perfectionnisme, de même que l'incitation à publier des images de soi, sont dénoncés par certains participants, à l'instar de Théo (dix-huit ans, Ile-de-France, étudiant en première année de double licence histoire – LLCER anglais) : *« toujours attendu à publier en général ça c'est là c'est la norme en fait quand t'es un quand tu es sur Instagram par exemple de montrer à quoi tu ressembles […] que ce soit vu comme anormal de ne rien avoir en publication / moi ça me là-dessus c'est ça qui me dérange un peu »*.

Contrairement à Snapchat, ce ne sont pas des photos prises sur l'instant mais des images mobiles, soit des images capturées avec son smartphone (David, 2017), qui n'ont pas à l'origine pour but d'être publiées, et qui par la sélection et le partage, deviennent des images connectées : *« sur Instagram je prends une photo sur mon téléphone et si je vois qu'elle est bien bah je la publie »* (Liam, quinze ans, Centre-Val de Loire, lycéen en classe de seconde voie générale). Raphael (dix-sept ans, Auvergne-Rhône-Alpes, lycéen en classe de terminale voie générale) appuie son propos : *« c'est pas vraiment des photos en mode euh je sais que je veux poster donc je vais en prendre plein pour en trouver une bonne / c'est plus euh je vois une photo où c'est bien et je me dis ah ouais ok ça rend bien »*.

C'est le cas également en *story*. Cette fonctionnalité à l'origine de Snapchat laisserait penser que les images partagées suivraient le modèle des images instantanées attribué à ce réseau social concurrent. Or, ce n'est pas le cas en *story* sur Instagram. Cette fonctionnalité semble avoir intégré les normes de présentation de soi de ce réseau social malgré l'éphémérité du contenu : *« le jeu d'Instagram personne prend des y a pas beaucoup de monde qui prend des photos sur le moment et les envoie directement sans les regarder avant et sans se dire ah est-ce que j'ai une bonne tête dessus ou quoi »* (Oscar, vingt ans, Normandie, étudiant en troisième année d'école de commerce).

2.2 Des images adressées

Les réseaux sociaux d'images sont mobilisés différemment en fonction du type d'échange, de l'interlocutrice ou de l'interlocuteur et de la relation en jeu. La négociation, la

hiérarchisation et la valorisation des liens privilégiés tissés avec les pairs sur les réseaux sociaux à partir des images partagées sont rapportés par des travaux portant sur les sociabilités juvéniles numériques (Balleys, et Coll, 2015 ; Dizerbo, 2016 ; Lachance, 2017).

Le groupe de pairs exerce une socialisation horizontale sur le jeune, concomitante à son autonomisation vis-à-vis de sa famille. Une attention est portée au regard des pairs, qui influencent ses choix individuels (Pasquier, 2005) mais pas toujours de manière unilatérale. Le groupe de pairs est marquée par une homophilie[91] sans pour autant être monolithique. Il présente différents cercles et une hiérarchisation des liens qui évolue dans le temps (Maillochon, 2003 ; Dupin, 2019), différentes dispositions, qui peuvent être contradictoires, selon leur contexte d'intériorisation (Darmon, 2016) et des relations modulées par les caractéristiques sociales de ses membres.

Nathalie Dupin (2019) interroge la notion de pairs à partir du point de vue des adolescents[92] : qui sont-ils, quels rôles jouent-ils ? Ces rôles évoluent-ils au fil de l'adolescence et varient-ils en fonction du genre, de la classe sociale, du milieu urbain ou rural dont ils sont issus ? Des espaces en ligne et hors ligne où se jouent ces relations ? De la même manière, les discours des participants à ma recherche réinterrogent la définition scientifique de la notion de pairs et du groupe de pairs, qui a une grande importance dans le travail de l'apparence des garçons sur les réseaux sociaux d'images. Snapchat et Instagram sont le soutien de l'entretien des liens et de l'alternance entre relations étroites et groupales avec le groupe de pairs. Ces réseaux sociaux entrelacent étroitement des échanges d'images avec un cercle restreint et des publications moins fréquentes, visibles par des liens relationnels ténus avec lesquels il peut alors y avoir interaction (Cardon et Smoreda, 2014).

Le groupe de pairs, représentés par les abonnements mutuels sur Instagram et les amies et amis sur Snapchat, semble prendre une composition différente sur chacun de ces réseaux sociaux : *« en fonction de la relation que j'ai avec quelqu'un je vais pas parler sur le même réseau »* (Basile, vingt et un ans, Pays de la Loire, étudiant en troisième année de licence de

[91] L'homophilie est définie par Michel Grossetti (2014, p. 201) comme étant « la similarité de caractéristiques entre les deux personnes en relation. On peut évaluer une homophilie de genre, d'âge, de niveau d'études, etc. ».
[92] Enquête réalisée entre mars 2015 et juin 2017 combinant 57 entretiens semi-directifs auprès de 32 lycéennes et 25 lycéens âgés en moyenne de 16,5 ans scolarisés au sein de lycées franciliens en filières générales et professionnelles et des observations du profil d'une quinzaine d'entre eux sur un réseau social. 10 entretiens complémentaires ont été conduits entre mars et mai 2017 auprès de 5 collégiennes et 5 collégiens, âgés en moyenne de 13,5 ans.

droit français – Common Law, entretien collectif 1). Leur description sous-tend une réflexion sur le degré de publicisation et le public des images partagées.

En adoptant une perspective de genre, j'ai donc interrogé la constitution du groupe de pairs, les cercles relationnels qui le composent et qui sont privilégiés pour le partage d'images de soi sur chacun de ces réseaux sociaux, en portant une attention à ses modalités.

2.2.1 Le genre du groupe de pairs

Au cours des trois phases de mon dispositif, les personnes dont les participants sont proches sont mentionnées par eux par les termes « potes », « copains », « amis » employés au masculin générique en entretien. C'est au groupe que les participants font le plus référence et je n'ai pas toujours interrogé sa structuration. Lors de l'enquête exploratoire (première phase), je relevais surtout les anecdotes avec « un pote ». L'entre-soi masculin comme étape dans le travail de l'apparence constituait d'ailleurs un de mes principaux résultats.

Pourtant, ce résultat a été infirmé au cours des phases suivantes. La restitution en entretien individuel (lors de la deuxième phase) des trois principaux résultats de mon enquête exploratoire, dont celui portant sur l'entre-soi masculin, a porté mon attention sur la composition du groupe de potes des participants, ce qui m'a permis d'en relever la mixité de genre. L'avancée de mes réflexions sur le genre, les études féministes et l'écriture non sexiste au cours de mon doctorat m'ont également rendu plus attentive à la déconstruction du sens commun. Je partais du principe qu'en interrogeant des garçons, les potes mentionnés étaient des garçons et je n'ai pas prêté attention aux relations amicales avec des filles abordées au cours de l'enquête exploratoire. Ainsi, si lors de cette première phase des échanges d'images de soi entre potes masculins m'ont bien été rapportés, ces pratiques ne peuvent pas être qualifiées d'étape dans le processus de présentation de soi en ligne et je manque de matériaux issus de cette phase pour particulariser le partage de contenu visuel des participants avec leurs potes garçons par rapport à celui avec leurs potes filles.

Cela a été confirmé au cours de la deuxième et troisième phase du dispositif méthodologique. Le groupe de pairs des participants se compose de filles et de garçons (Maillochon, 2003), et c'est le degré de proximité qui joue sur l'authenticité de l'image et la récurrence du partage (Lachance, 2017) : *« sur snap euh par exemple bah mes potes*[93] *proches je leur envoie un peu n'importe quoi [rire] je leur envoie des dossiers sur moi j'm'en fous un*

[93] J'ai laissé le terme employé au masculin générique car il n'a pas mentionné d'amies au cours de l'entretien. Cependant, je ne peux pas affirmer qu'il n'en a pas. Ce sera le cas pour tous les verbatims de Dany.

peu [sourire] » (Dany, vingt ans, Ile-de-France, étudiant en troisième année d'école de commerce). L'échange avec Nicolas (dix-sept ans, Guadeloupe, lycéen en classe de terminale voie générale) soutient cette analyse :

Moi : « et sur Snapchat tu fais quoi ?
Nicolas : Alors là je fais des snaps avec des amis la plupart du temps des fois seul des fois parce que je suis dans un endroit je m'amuse / je fais aussi les flammes Donc là les flammes c'est des gens que je connais on rigole ensemble donc on a l'habitude de s'envoyer nos têtes drôles et tout
Moi : C'est que des garçons ?
Nicolas : c'est mélangé c'est mixte je fais pas y a pas de distinction entre filles et garçons ».

D'un point de vue féministe, l'exploration de la composition du groupe de pairs constitue une clé de lecture pertinente dans l'analyse des pratiques socionumériques juvéniles car les rapports de genre et l'hétéronormativité sont toujours à l'œuvre au sein des relations du groupe amical, même lorsqu'il présente une mixité de genre. Les participants élaborent des conceptions genrées de leurs amitiés, par l'attribution de dispositions spécifiquement masculines aux garçons et féminines aux filles. Cependant, des pratiques amicales rapportées vont à l'encontre de la division binaire (Walker, 2011). C'est le cas de l'entretien de forts liens d'amitié avec d'autres garçons avec lesquels ils échangent au sujet de leurs relations avec des filles.

Tony (17 ans, Guadeloupe, lycéen en classe de terminale voie générale) met en évidence une différenciation dans le partage d'images de lui au sein de son groupe de potes. Il envoie plus régulièrement des photos de lui à ses amis pour maintenir les liens qu'à ses amies, avec lesquelles il communique plus régulièrement. Cela renvoie à l'attribution d'une socialisation féminine davantage portée sur le partage des sentiments et les capacités relationnelles (*Ibid.*). En outre, il porte une plus grande attention au choix de la photo avant le partage à ses amies du fait d'un risque de séduction hétérosexuelle : *« quand je me trouve **beau** Et que je considère que je peux envoyer une belle photo de moi à une de mes amies filles sans que ce soit vu bizarrement je le fais […] C'est à dire par exemple comme une technique de rapprochement une technique de drague ou etc. ».* Ses propos renvoient à ce que Judith Butler nomme l'« impératif hétérosexuel » (2005, p. 16), à savoir le fait que dans toute rencontre entre un garçon et une fille il doit y avoir une expérience de séduction de l'autre. Cet impératif semble être renforcé durant l'adolescence où « la recomposition des relations sociales de sexe se réalise

sous l'effet de jeux d'attirance inédits » (Moulin, 2015, p. 59) à travers le prisme de l'hétérosexualité valorisé par les instances de socialisation.

Par ailleurs, plusieurs participants ont indiqué que ce sont plutôt les filles du groupe de pairs qui capturent des images du groupe, comme Raphael (dix-sept ans, Auvergne-Rhône-Alpes, lycéen en classe de terminale voie générale) : *« c'est plus les filles en général qui prennent les photos / mais euuh nous euh ah non jamais hein »* et Thomas (vingt ans, Ile-de-France, étudiant en cinquième année de médecine) : *« elles ont plus tendance à dire bah viens on fait une photo de une photo de groupe ou viens on fait une photo mais quand on est entre plusieurs mecs jamais »*. Ces propos rejoignent la littérature existante à propos du « devoir du paraître » (Moulin, 2005, p. 59) inscrit dans la socialisation féminine, de la plus forte présence des filles sur les réseaux sociaux d'images et de l'investissement plus important autour de la mise en image et en récit des relations amicales par les filles (Balleys et Coll, 2015).

2.2.2 L'entretien des liens forts sur Snapchat

Snapchat est qualifié de réseau social « *personnel* » (Rémi, quinze ans, Pays de la Loire, collégien en classe de troisième), « *privé* » (Stéphane, vingt ans, Guadeloupe, en formation maritime) et « *intime* » (Basile, vingt et un ans, Pays de la Loire, étudiant en troisième année de licence de droit français – Common Law) de par le cadre d'interaction (dyadique), le contenu des images partagées (instantanée, authentique, anecdotique, humoristique et exclusive de soi ou de personnes de son cercle proche) et la relation (lien fort) concernée par l'échange :

Basile : oui Snapchat c'est un réseau beaucoup plus personnel enfin en général quand tu parles à quelqu'un sur Snapchat c'est que t'es plus proche de la personne
Robin : non moi j'suis d'accord […] les connaissances ou les potes éloignés j'parle avec eux sur d'autres réseaux Messenger ou Instagram alors que Snapchat c'est plus avec des potes proches » (entretien collectif 1).

Les affordances de ce « réseau fantôme » (Déage, 2018, p. 157) liées à l'éphémérité des contenus visuels ou textuels échangés : *« pour moi c'est vraiment beaucoup plus intime parce que déjà oui on peut pas faire n'importe quoi on peut pas enregistrer les messages on ne peut pas enregistrer un snap sans que ça se voit à partir du moment où tu vois un message on voit que tu as vu le message et quand tu commences à taper on voit que tu as commencé à taper / enfin y a pas mal de choses qui font que t'es beaucoup plus surveillé par l'autre »* (Basile, vingt et un ans, Pays de la Loire, étudiant en troisième année de licence de droit français – Common Law, entretien collectif 1) et l'invisibilité de sa communauté sont également mis en évidence :

Jérôme : À mon à mon avis ce qui fait que ce soit plus privatif comme tu comme t'as dit c'est plutôt que bah tu peux pas trouver quelqu'un comme ça tu peux pas rechercher les gens si t'as pas leur nom d'utilisateur en fait tu peux pas interagir avec les gens du coup
Robin : Sauf si t'as leur numéro […]
Jérôme : tout le monde ne met pas en lien son Snapchat avec son téléphone / on ajoute pas les gens comme on veut donc forcément on discute que avec les gens de son premier cercle on va dire / les gens qu'on connaît vraiment quoi » (entretien collectif 1).

Ses échanges éphémères et sa communauté invisible en font de ce fait un réseau social de choix pour les relations de séduction hétérosexuelles (Van Ouytsel *et al.*, 2016) : *« maintenant on demande pas le 06 [le numéro de téléphone] d'une fille mais plus le Snap parce que c'est plus intime »* (Basile, 21 ans, Pays de la Loire, entretien collectif 1).

Ainsi, le mandat social de Snapchat est toujours rapporté au maintien des liens privilégiés, en particulier amicaux. L'enquête d'Anne Dizerbo (2016)[94] sur les pratiques de représentation de soi et les modalités de relation à soi des adolescents sur Snapchat et Facebook montre que les *selfies* publiés témoignent d'une appartenance à un groupe. En effet, celles-ci montrent le respect des normes de présentation de soi suivies par les pairs et sont souvent des photos de groupe. La photo ou la vidéo de groupe constitue « le moyen de fixer dans le temps des moments significatifs partagés en groupe » (Lachance, 2017, p. 141). Elles participent à la documentation de liens amicaux en laissant un souvenir, une trace qui peut être partagée sur les réseaux sociaux. Pour certains participants de ma recherche, les images d'eux-mêmes qu'ils partagent sont généralement prises lorsqu'ils sont avec leur groupe de pairs. La présence du groupe facilite l'acte photographique et son partage sur les réseaux sociaux : *« j'aime pas aller prendre des photos de moi tout seul [rire] quand je prends une photo de moi tout seul c'est soit pour ma carte d'identité soit pour la mettre en photo de profil mais sinon non j'adore prendre des photos avec mes amis surtout »* (Robin, vingt ans, Grand-Est, étudiant en troisième année de licence de STAPS).

La publication d'images capturées avec son cercle amical sur son profil ou en story Instagram permet l'affichage des amitiés et des évènements partagés aux yeux du groupe de pairs élargi. « Faire exister l'amitié sur les réseaux sociaux est un moyen d'apporter la preuve du lien : à soi-même, [à l'amie ou] l'ami et au public de *followers* » (Balleys, 2023, p. 45). La

[94] Enquête qui s'inscrit dans le champ de la recherche biographique auprès d'une douzaine de jeunes âgés de 12 à 20 ans.

publicisation de ces liens semble ainsi répondre au désir d'extimité conceptualisé par Serge Tisseron (2010). Elle témoigne au groupe de pairs l'entretien de relations étroites et rappelle aux amies et amis les liens privilégiés (Balleys et Coll, 2015).

Cela n'est cependant pas toujours le cas, comme l'expliquent Gabin (dix-neuf ans, Ile-de-France, étudiant en première année de licence en informatique) : *« on ne publie pas forcément sur les réseaux et du coup en fait quand on fait la photo on fait la photo pour souvenir / elle est sur le téléphone »* et Lucas (vingt ans, Ile-de-France, étudiant en troisième année d'école de commerce) : *« on va prendre des vidéos des soirées mais on va les enregistrer dans notre pellicule / moi j'ai des photos avec Dany et des photos avec Martin mais c'est des photos qui restent voilà pour nous / on les enregistre et c'est tout on les publie pas »*. Les images sont alors conservées au sein du groupe et « il est possible de revenir sur les souvenirs documentés, de les partager avec ceux qui se souviennent de l'histoire commune et qui partageront le plaisir d'en reparler » (Lachance, 2017, p. 140).

Chez les participants de ma recherche, le sentiment d'appartenance sur Snapchat se développe dans le cadre de relations dyadiques, à l'abri du regard du reste du groupe, témoignage de l'appropriation de la *temporariness-by-design* (Bruna, 2020) du réseau social. Le recourt au *chat* est plus développé que la fonctionnalité *story* : *« je mets pas de story sur Snapchat / après je parle avec des amis en vidéo ou en photo mais c'est pas quelque chose que tout le monde va voir ce sera une personne ou grand max [maximum] deux personnes quand on est en groupe »* (Hakim, seize ans, Occitanie, lycéen en classe de première voie générale). L'échange, la continuité et le contenu des images sur le *chat* valident, entretient et hiérarchisent les liens. Snapchat participe ainsi au renforcement des liens forts. Les relations entretenues sont basées sur la confiance et la réciprocité, par le biais des échanges d'images (de soi) destinées à s'effacer après quelques secondes, « à la manière d'une confidence visuelle » (Lachance, 2017, p. 153) :

Rémi : « Snapchat c'est des photos dans un cercle restreint ouais / Et elles se suppriment aussi / on peut envoyer des photos pour rigoler pour n'importe quoi en fait
Moi : donc parce qu'elles se suppriment tu préfères ?
Rémi : oui y a pas de trace
Moi : comment ça y a pas de trace ? [sourire]
Rémi : bah si on veut envoyer un truc un peu un peu déplacé voilà à ses potes bah au moins y a pas de trace elle sera supprimée

Moi : c'est quoi par exemple des trucs déplacés ?
Rémi : ben j'sais pas des photos par exemple de soirées des trucs comme ça » (entretien collectif 2).

L'intensité des interactions est gratifiée par l'élément de gamification ultime qu'est la *flamme,* représentant pour les participants la valorisation d'un lien fort, en particulier avec ses amies et amis les plus proches et ceux éloignés géographiquement. Son entretien quotidien est investi pour la conservation du lien privilégié, sous peine de la voir disparaitre : *« ça entretient un lien avec les gens et puis euuh / surtout ceux qui sont à l'étranger / et puis même genre en vrai quand t'envoies une photo de là où t'es ton pote il peut dire ah ouais toi t'es là viens on se rejoint là ou tout ça en mode euh / vu que c'est des gens proches avec qui tu fais des flammes »* (Lucas, vingt ans, Ile-de-France, étudiant en troisième année d'école de commerce). Pour Stéphane (vingt ans, Guadeloupe, en formation maritime) également, les *flammes* permettent *« de garder un lien »*. Parmi les personnes avec lesquelles il fait des *flammes,* il y a *« un peu plus de filles mais des fois les deux »*. Ces filles sont des *« potes »,* des *« amies »* ou de la *« famille »*.

Faire des *flammes* ne signifie pas forcément envoyer des photos et des vidéos de soi. C'est le respect de l'envoi quotidien d'un *snap* qui prime : *« des fois c'est des photos de paysages trucs comme ça j'envoie pas forcément de photos de moi »* (Maël, dix-sept ans, Ile-de-France, lycéen en classe de terminale voie technologique série STMG). De ce fait, Robin (vingt ans, Grand-Est, étudiant en troisième année de licence de STAPS) : *« il y a trois amis avec qui j'ai il y en a un j'ai 1600 flammes avec l'autre 1500 et je trouve ça bah pour certains c'est superficiel moi pour moi ça m'a servi parce que bah le fait d'échanger tous les jours ça permet de garder le contact »* et Rémi (quinze ans, Pays de la Loire, collégien en classe de troisième) : *« j'aime bien voir les flammes augmenter »* associent explicitement aux *flammes* une logique de quantification (Bruna, 2020). C'est pour cette raison que ce dernier, contrairement aux autres participants, entretient des *flammes* avec des liens faibles également. Il les distingue des liens forts avec lesquels il entretient des « contacts en face-à-face [qui] restent indispensables au maintien durable des relations » (Metton-Gayon, 2009, p. 141). Les sociabilités numériques juvéniles sont ainsi rapportées aux sociabilités en co-présence :

Moi : « et quand tu fais des flammes c'est avec qui ?
Rémi : bah avec qu'avec mes copains voire même mes copains moins proches / y a pas que mes copains proches

Moi : c'est quoi pour toi des copains proches et moins proches ?
Rémi : bah c'est ceux qu'on voit souvent quand même et bah avec qui on voilà on se voit au collège tout ça
Moi : ceux qui sont moins proches de toi tu les vois quand même au collège ?
Rémi : oui enfin voilà quand je vais les voir par exemple je vais leur dire bonjour mais je vais pas rester la journée avec eux ».

2.2.3 La conservation de liens faibles sur Instagram

L'enquête de Jocelyn Lachance (2017)[95] montre un usage différencié du *selfie* par les adolescents selon l'espace de partage investi et donc du ou des destinataires visés. Les photos destinées à « l'espace public » (Lachance, 2016a, p. 134) Facebook impliquent plusieurs essais, nécessitent une préparation, parfois des modifications avant publication. Jocelyn Lachance qualifie Facebook d'espace public car il s'agit d'un réseau social ouvert à de nombreux regards et les *selfies* publiés témoignent d'un « savoir paraitre » (Lachance, 2017, p. 151) qui mobilise les normes de présentation de soi. Le rappel à l'ordre par les pairs souligne qu'ils « sont aussi les prescripteurs d'une norme implicite en matière de mise en scène de soi » (Lachance, 2016a, p. 134). J'ai relevé des pratiques similaires sur Instagram dans les discours des participants. Alors que sur Snapchat, la sélection du ou des destinataires au sein du groupe de pairs semble plus forte, sur Instagram, c'est la sélection de l'image qui est plus forte du fait de sa publicisation plus large : *« Instagram c'est plus pour tout ce qui est esthétique ou comme tu l'as dit les photos que l'on peut montrer à plus de personnes ou même qu'on veut montrer à plus de personnes on utilisera plus Instagram tandis que Snapchat c'est plus entre guillemets un cercle restreint dans le sens où y a plus sur Snap on a plus nos amis ou des personnes proches du coup c'est plus oui pour pas forcément montrer nos meilleures photos quoi »* (Maël, dix-huit ans, Ile-de-France, étudiant en deuxième année de BTS commerce international, entretien collectif 2).

Sur Instagram, le groupe de pairs se compose de liens différents de ceux présents sur Snapchat. Mais les membres et les relations concernées sont également identifiés, comme c'est le cas pour Oscar (vingt ans, Normandie, étudiant en troisième année d'école de commerce) : *« Snapchat j'utilise vraiment que pour des copains ou quelques connaissances que j'aurais sur Snapchat et à qui je voudrais parler par chat ou envoyer des photos pour faire des petites références à des trucs qu'on a vécu ensemble et Instagram c'est plus pour le monde quoi / C'est*

[95] Enquête par entretiens auprès de vingt-sept adolescentes et adolescents âgés de quatorze à dix-neuf ans (huit garçons et dix-neuf filles).

pas que pour les copains Instagram c'est pour les connaissances c'est pour les meufs qu'on essaye de gérer ou des trucs comme ça », Thomas (vingt ans, Ile-de-France, étudiant en cinquième année de médecine) : *« c'est pas la même cible entre guillemets / Les mêmes gens que je touche […] je vais pas envoyer une photo de moi qui fait des grimaces à quelqu'un que j'ai pas parlé depuis cinq ans mais que je suis sur Instagram parce que euh parce que c'était un ancien pote de de collège et quelqu'un qui avec qui je discute tous les jours et avec qui je suis beaucoup plus proche »* et Dany (vingt ans, Ile-de-France, étudiant en troisième année d'école de commerce) : *« Instagram ça touche plus un / enfin dans mes abonnés y a des gens que qui sont pas vraiment mes amis y a des gens c'est des connaissances donc forcément je vais pas je vais pas leur je vais pas mettre n'importe quoi » ; « entre ses potes proches et des connaissances d'école fin c'est différent / forcément ».*

Le cercle de pairs plus large sur Instagram ne forme pas pour autant un ensemble indifférencié (Bidart, 2010). Des jugements et classements sociaux y sont aussi mis en œuvre par la distinction de liens étroits. Les amies et amis font par exemple partie de ce groupe. Les réseaux sociaux ne semblent pas brouiller les distinctions opérées au sein du réseau relationnel hors ligne par les participants. Au début des années 2000, c'est la messagerie instantanée (Metton-Gayon, 2009) et le blog qui favorisaient la gestion de « l'intensité et la variété des liens mêlant amis très proches et simples connaissances, amis d'enfance et connaissances lycéennes, liens forts et liens faibles » (Cardon et Delaunay-Téterel, 2006, p. 44) au sein du réseau de sociabilité juvénile large.

L'étude du travail de l'apparence masculine juvénile sur les réseaux sociaux d'images donne des clés d'interprétation des liens de sociabilité et plus particulièrement des relations d'amitié à cet âge de la vie. Au sein du groupe de pairs s'accomplissent plusieurs niveaux de sociabilités : à deux, à un groupe restreint et à un groupe plus large. Snapchat soutient les liens dyadiques parmi un cercle proche. Bien qu'elles ne soient pas homosexuées (présentant une similarité de genre), Snapchat renforce les relations marquées par l'homophilie, au moins en termes d'âge, de loisirs, de niveau scolaire/d'études et de situation géographique. Instagram renforce également les relations homophiles, intégrées à un réseau de sociabilité plus large que celui de Snapchat.

Selon Claire Bidart (2010), l'amitié constitue « un lien social particulier » (p. 65), une relation élective « privée » voire « intime » (Bidart, 1997). Elle s'inscrit dans des cadres sociaux et participe à la socialisation des individus. Chez les jeunes, les amitiés s'insèrent dans des cercles plus larges. De fait, « les cercles plus larges des pairs sont sans doute plus importants

pour la socialisation des jeunes que les cercles d'amis, dans la mesure où ils constituent des arènes sociales plus diversifiées et plus critiques, des espaces de luttes et d'ajustements identitaires plus aiguisés » (Bidart, 2010, p. 72). Pour les participants, la gestion du large réseau de sociabilité semble s'effectuer sur différents réseaux sociaux, en en privilégiant un selon la qualité du lien établi. La désignation des amies et amis est plus nette, ce qu'observe Claire Bidart (2010) chez les jeunes « au début de l'âge adulte » (p. 73) lors de son enquête auprès de filles et garçons âgés de dix-sept à vingt-trois ans.

Pour rappel, sur les vingt-six garçons ayant participé à ma recherche, neuf ont vingt ans et trois sont âgés de dix-neuf ans. Instagram favorise l'organisation et l'interaction avec des liens plus faibles, permettant ainsi d'étendre son réseau de sociabilité, tout en préservant ou réactivant certains liens (Cardon et Smoreda, 2014). Il contribue à la conservation de liens distants et relâchés, notamment ceux liés à des activités partagées temporairement. Le groupe de pairs sur Instagram ne semble pas inclure de personnes totalement inconnues, ou du moins, ces dernières n'ont pas été mentionnées par les participants.

2.3 Des stratégies de publication

Le tableau suivant résume les différentes fonctionnalités de partage d'images utilisées par les participants sur Snapchat et Instagram. Le degré de publicisation plus ou moins élevé qu'elles possèdent influence les formats relationnels envisageables avec le groupe de pairs :

Tableau 7 - Fonctionnalités de partage d'images utilisées par les participants sur Snapchat et Instagram

	Snapchat	**Instagram**	**Format relationnel privilégié**
Degré de publicisation très faible	*Chat*	Message direct (DM)	Dyadique (entre deux personnes)
Degré de publicisation faible	*Story* privée	*Story* privée	Cercle amical (au sein d'un groupe de « potes »)
Degré de publicisation élevé	*Story*	*Story*	Cercle large (ensemble des *followers*)
Degré de publicisation très élevé		Publication sur son profil	Cercle large (ensemble des *followers*)

Comme vu précédemment, les participants font plus souvent appels aux images de soi dans l'entretien des liens forts mais le cercle de pairs large reste le groupe permettant la confrontation aux normes de présentation de soi les plus contraignantes. Pour autant, des stratégies de contournement de ces normes instituées en termes de contenu de l'image, de son degré de publicisation et de ses destinataires sont également rapportées :

- Le recours à la *story privée*,
- Le passage de son profil en public ou en privé,
- Le jeu avec la publication/suppression/archivage des images sur son profil,
- La possession de plusieurs profils sur le même réseau social.

Ces stratégies de publication sont aussi des « stratégies identitaires » (Gallant, 2013, p. 213). Nicole Gallant (2013) appelle « stratégies identitaires » « le fait pour un individu de jouer avec plusieurs identités (ou plutôt plusieurs configurations d'appartenances identitaires) en même temps, en employant davantage l'une ou l'autre, selon les situations » (p. 213). Elles témoignent d'un souci constant de se présenter aux autres sous un angle favorable, d'être plus proche de ses liens forts ou d'étendre son réseau de sociabilité. Elles montrent également la maîtrise des affordances par les garçons concernant les différentes fonctionnalités et les « formats relationnels possibles [sur Snapchat et Instagram], contraignant les adolescents à jongler en permanence avec une gamme de possibilités relationnelles sans cesse croissante » (Fluckiger, 2010, p. 39). Plusieurs stratégies répondant à différentes logiques peuvent être décrites pour le même réseau social. Ces stratégies du visible et de l'invisible, interstices, marges de manœuvre, participent de la production de l'identité sociale et du réseau relationnel des participants, renvoient à la singularité du travail de l'apparence et permettent penser la pluralité des pratiques socionumériques masculines juvéniles.

Les publications sur son profil Instagram présentent un degré de publicisation plus élevé que le partage en *story* qui dure vingt-quatre heures. Afin de contourner la publication attendue d'images permanentes sur son profil, l'éphémérité du contenu partagé en *story* Instagram est privilégiée, à l'instar de Thomas (vingt ans, étudiant en cinquième année de médecine) qui partage plus de stories que de *posts* sur son profil : *« c'est en story que ça peut aller mais je les publie pas définitivement »* et de Maël (dix-sept ans, Ile-de-France, lycéen en classe de terminale voie technologique série STMG) : *« j'ai l'impression maintenant ouais depuis que c'est apparu […] les gens postent moins ils préfèrent mettre dans leur story / parce que je crois ça que ça dure que vingt-quatre heures je pense que c'est pour ça […] comme ça reste pas tout*

le temps ils mettent et après bah ça passe si les gens ils voient s'ils voient pas tant pis ». Les *stories* Snapchat présentent un degré de publicisation plus faible que les *stories* Instagram dont les images ne sont pas destinées seulement aux personnes proches. Comme discuté plus haut, les « amies » et « amis » sur Snapchat relèvent de liens plus forts que les abonnées et abonnés sur Instagram.

Seuls les abonnés indiqués « amis proches » par l'utilisateur dans ses paramètres peuvent visualiser le contenu partagé en *story privée.* Cela permet aux participants d'affaiblir le degré de publicisation des images par la réduction du nombre de destinataires. Sur Instagram, la story privée permet d'échapper aux standards esthétiques en vigueur également en story et de partager des images authentiques à l'abri du regard des liens faibles : *« j'utilise toujours ce système de story privée donc où y'a que des gens que genre je sais qui va voir ma tête […] en public justement on s'attend un peu plus à ce que je sais pas les photos soient mieux faites ou que tu sois vu dans un meilleur jour etc. et ça c'est des questions que j'ai pas besoin de me poser quand je poste des choses en privé »* (Théo, dix-huit ans, Ile-de-France, étudiant en première année de double licence Histoire – LLCER anglais). Au cours de l'entretien collectif 4, Kaïs (dix-huit ans, Ile-de-France, lycéen en classe de terminale voie professionnelle métiers de l'hôtellerie-restauration) appuie l'argument de Théo :

Kaïs : « même si Instagram c'est ça a toujours été l'application qu'on voit pour euh on la voit plus pour poster des photos sérieuses et tout ça ce genre de choses on peut quand même poster euh / les vidéos que j'envoie à mon cercle proche sur Snap j'peux les mettre aussi sur Instagram mais en Story amis proches je vais pas les mettre en public
Moi : c'est les mêmes personnes que t'as en en story privé Insta et sur Snap ?
Kaïs : dans ma story privée amis proches sur Insta c'est y a pas tout le monde que j'ai sur Snap parce que pour moi je trouve que sur Snap recevoir une vidéo non sérieuse de moi plutôt assez gênante on va dire ça c'est un privilège / c'est pas un truc que tout le monde va voir donc bon
Moi : OK mais qu'est-ce qui fait que tu peux poster ce type de vidéo là quand même en Story privé Insta alors que c'est pas les mêmes personnes ?
Kaïs : bah c'est le fait de choisir / c'est le fait de choisir qui peut voir et qui peut pas voir
Moi : ça veut dire que certaines personnes peuvent voir cette facette de toi ?
Kaïs : oui voilà / et aussi peu importe Snap ou Insta je retire des gens en fonction de ce que je poste » (entretien collectif 4).

La messagerie instantanée (par *chat* sur Snapchat et en DM sur Instagram), dans le cadre de relations étroites, est la fonctionnalité la plus utilisée : *« oui tout se passe en DM [sourire] »* (Hakim, seize ans, Occitanie, lycéen en classe de première voie générale). Sur le *chat* de Snapchat, l'échange de *flammes* a un degré de publicisation plus faible que les *snaps* envoyés car elles sont globalement entretenues avec un cercle réduit parmi le groupe de proches :

Basile : « les flammes ça c'est pareil en fait ça t'encourage à discuter et à tous les jours partager un peu ta vie
Robin : ouais c'est vrai
Basile : y a un côté très intimiste aussi » (entretien collectif 1).

La quotidienneté de l'échange touche à l'intime car elle pousse à la confidence et signale la préférence de la relation (Bidart, 1997). En effet, « la confidence c'est le fait de dévoiler » (*Ibid.*, p. 20). Fondée sur « la non-publication de » (*Ibid.*, p. 19), son partage s'effectue de manière exceptionnelle à peu de personnes qui font l'objet d'une sélection : *« tu sélectionnes les personnes avec qui t'as envie de vivre ça […] quand tu choisis les personnes tu choisis une relation / y'a des gens sur Snap que je connais moins que d'autres et genre en vrai j'ai pas forcément envie que eux ils voient les choses comme je les montre à mes potes et ils vont pas les voir pareil non plus »* (Lucas, vingt ans, Ile-de-France, étudiant en troisième année d'école de commerce). Partager une image de soi est un acte de dévoilement et un signe de confiance envers la ou le destinataire : *« je les connais et je partage un peu des photos de moi des choses des souvenirs à mes amis c'est pas anodin non plus enfin je veux dire c'est quand même déjà un partage en soi assez important »* (Pierre, vingt ans, Ile-de-France et Hauts-de-France, étudiant en troisième année d'école de commerce en alternance).

C'est le risque pris dans le dévoilement de soi qui construit l'intimité de la relation. Déjà mis en évidence à propos du *sexting* (Lachance, 2017), cela vaut pour toutes les images de soi partagées par les participants de ma recherche sur Snapchat (pour rappel exclusives, authentiques, instantanées, anecdotiques et humoristiques), qui impliquent la publicisation de ses activités, d'expériences personnelles ou de son corps : *« le principe c'est quand même envoyer des photos et envoyer une photo ou même vidéo c'est beaucoup plus intime qu'envoyer juste un message texte […] parce que pour moi enfin j'envoie pas une photo de moi à n'importe qui »* (Basile, vingt et un ans, Pays de la Loire, étudiant en troisième année de licence de droit français – Common Law, entretien collectif 1), ce que confirme Martin (vingt ans, Ile-de-France, étudiant en troisième année d'école d'ingénieur en alternance) : *« rien que le fait que*

Snap ce soit soit du chat soit du des photos ou des vidéos ça fait que voilà c'est déjà un peu plus personnel ».

L'image du corps et sa publicisation relèvent de l'intime pour les jeunes garçons parce qu'ils les associent à de la pudeur, de la gêne *: « y'a un côté de gêne / parce que j'ai l'impression que mon corps m'appartient et que y'a que moi entre guillemets qui peut le regarder »* (Théo, dix-huit ans, Ile-de-France) ou de la réserve : *« j'pense vraiment que c'est dû à mon attitude peut-être un peu plus réservée j'me mets jamais trop en avant même dans la vie et ça se montre aussi dans les réseaux un peu »* (Dany, vingt ans, Ile-de-France, étudiant en troisième année d'école de commerce).

Entre profil public et privé sur Instagram, la différence réside également dans sa visibilité. Lorsqu'un profil est en public, il est le support d'une forme de sociabilité « floue » (Bidart, 2010, p. 71) composé de personnes qui lui ressemblent plutôt que de liens personnels : *« après je me suis remis en public bah pour être plus simple d'accès et puis moi-même pour développer un petit réseau de followers comme ça sur Insta avec les gens que je suis dans le monde du kayak »* (Robin, vingt ans, Grand-Est, étudiant en troisième année de licence de STAPS). Les publications du profil public présentent le degré de publicisation le plus élevé du réseau social car toutes les utilisatrices et utilisateurs d'Instagram peuvent les visualiser. En privé, seuls les abonnées et abonnés du profil y ont accès, comme pour Oscar (vingt ans, Normandie, étudiant en troisième année d'école de commerce) qui a basculé son profil en privé après un temps en public : *« j'trouvais ça bizarre que n'importe qui ait accès à mes photos […] j'accepte que les gens que j'ai envie d'accepter quoi que je connais un petit peu quoi de près ou de loin les gens que je connais pas du tout généralement je les accepte pas ».*

Les stratégies de publication rapportées sont le témoin d'interventions indirectes de la part du groupe de pairs sur les profils et donc sur l'expression de l'identité des participants (Gallant, 2013). En effet, « l'identité personnelle, c'est-à-dire la définition que l'on donne de Soi, à un moment donné, dans un contexte donné » (Dubar, 1996, p. 38) est inséparable de l'identité collective, soit les identifications au moyen de catégories sociales. Les participants recourent alors à des dispositions masculines localement pertinentes (Bertrand et al., 2015) pour exprimer leur singularité sur un réseau social défini, selon les destinataires identifiés. Tony (dix-sept ans, Guadeloupe, lycéen en classe de terminale voie générale) explique différencier ses publications sur Instagram et TikTok. Il montre plusieurs « *facettes* » de lui-même, ce qui lui permet de nourrir des communautés différentes sur chacun de ces réseaux sociaux : *« sur*

Instagram j'ai enfin on me renvoie plus l'image enfin on me le dit souvent que sur Instagram j'ai l'air un peu mystérieux caché alors que sur TikTok j'ai l'air plus détendu dans l'humour accueillant etc. // 2 facettes que je détache totalement […] j'aime beaucoup montrer que j'ai différents aspects ». Rémi (quinze ans, Pays de la Loire, collégien en classe de troisième) possède deux profils Instagram, un profil public autour de sa passion qui est le vélo, et un autre profil privé : *« c'est moi sans mon vélo […] c'est pour séparer un peu les deux […] il y a mon compte vélo vraiment que vélo et dans l'autre il y a mon compte là où c'est juste moi en fait c'est ouais enfin où il y a mes copains tout ça ».* Certains garçons disent jouer avec la publication/suppression/archivage de leurs photos sur leur profil Instagram, ce qui affirme l'actualisation de soi sous les yeux des autres : *« puis j'en enlève souvent dès que j'en mets une j'enlève la dernière […] dès que ça me plaît plus vraiment ou j'me dis ah ça commence à dater […] j'vois pas l'intérêt de garder quelque chose qui me correspond plus trop »* (Pierre, vingt ans, Ile-de-France et Hauts-de-France, étudiant en troisième année d'école de commerce en alternance).

Les normes et les fonctionnalités propres à Instagram et Snapchat mobilisées par les participants dans la capture, l'édition et le partage de leurs images impliquent des formats (story, publication), des types d'images (éphémère, permanente), des degrés de publicisation, des liens de sociabilité et des formats relationnels distincts. Cette grammaire de l'image s'imbrique dans la technicité dont font preuve les garçons pour produire et lire les images sur les réseaux sociaux. Or, le respect de la grammaire de l'image et la technicité requise dans le travail de l'apparence sur les réseaux sociaux d'images sont modulés par les rapports sociaux, en particulier par le genre et la sexualité. Cette modulation est explicitée au sein des deux chapitres suivants.

Chapitre 3 - Un travail de l'apparence qui évalue celui des filles

Précisions méthodologiques :

Ce chapitre fait l'analyse d'un résultat apparu à l'issu de l'enquête exploratoire : les garçons sont spectateurs, évaluateurs et contrôleurs du corps des filles sur les réseaux sociaux. Celui-ci a été confirmé au cours des deuxième et troisième phases du dispositif méthodologique, mais non sans ambivalences. Pour rappel, ces deux temps en entretiens individuels et en

entretiens collectifs, ont été l'occasion d'une mise en réflexivité collective et d'une co-interprétation de mes premiers résultats.

Ainsi, une des questions posées lors de la première restitution en entretien individuel, a directement porté sur ce résultat : « Dans mes analyses, il ressort que les garçons ont un rôle de spectateur, évaluateur et contrôleur du corps des filles sur les réseaux sociaux. Qu'en penses-tu ? ».

Des participants, à certains moments de leurs discours, reconnaissent et émettent des critiques négatives sur le regard constant des garçons sur le corps des filles exposé sur les réseaux sociaux, tel que Pierre (vingt ans, Ile-de-France et Hauts-de-France, étudiant en troisième année d'école de commerce en alternance) : *« mais c'est malsain un peu […] c'est pas parce que la fille poste une photo en maillot de bain que elle a envie que déjà que tu regardes son corps fin que tu regardes son corps de manière insistante disons que tu regardes enfin que tu lui envoies des messages que tu la partages avec tes copains que tu dises ah ouais regarde »*, son ami Oscar (vingt ans, Normandie, étudiant en troisième année d'école de commerce) : *« je suis assez d'accord là-dessus et j'en pense que c'est pas une bonne chose / sauf que je fais partie du jeu aussi genre je vais pas dire que je suis sur Instagram et que je dis pas qu'une meuf elle ah ouais elle a osé enfin je le fais pas beaucoup justement et […] j'essaye de pas le faire au maximum »* ou encore Théo (dix-huit ans, Ile-de-France, étudiant en première année de double licence Histoire – LLCER anglais) : *« C'est vrai c'est mais dans ce cas-là c'est un peu un peu malsain comme système / comme si les filles s'affichaient en vitrine et les hommes un peu étaient là en train de juger en train de choisir à qui ils ont envie de parler / et ouais c'est vrai que j'ai j'avais déjà pensé et dit comme ça je trouve ça un peu malsain »*.

Cependant, la dimension socio-clinique institutionnelle de mon dispositif méthodologique ainsi que la triangulation des méthodes de recueil de données ont permis la mise en évidence de la relativité de l'exercice d'un contrôle sur le corps féminin comme une disposition masculine intériorisée collectivement : *« j'ai jamais vu ça [rire] que ce soit qu'il faut que ça soit un garçon qui valide le physique d'une femme ? »* (Hakim, seize ans, Occitanie, lycéen en classe de première voie générale). Rudy (seize ans, Auvergne-Rhône-Alpes, lycéen en classe de terminale voie générale) : *« je connais aucun garçon qui vont dire à une qui veut dire une fille que non faut pas poster ça / et je pense qu'il y a même personne qui fait ça parce qu'on sait très bien que bah la fille elle fait ce qu'elle veut quoi donc ouais donc c'est vrai que*

contrôleur je sais pas si on peut dire ça » et Nicolas (dix-sept ans, Guadeloupe, lycéen en classe de terminale voie générale) partagent son avis :

Moi : « pour toi le mot il est fort ?[en parlant du terme contrôleur]
Nicolas : voilà très fort / on va dire il essaie de l'avertir / plus un avertissement […] plus comme fais attention ».

En effet, au cours de mon enquête, un accord mutuel entre les participants a émergé au sujet du contrôle des garçons exercé sur le corps des filles sur les réseaux sociaux. Mon analyse a été relativisée, voire réfutée par la majorité des jeunes garçons. Pourtant, j'ai pu lire des manifestations de ce contrôle dans leurs discours, montrant alors une connaissance intériorisée de manière inconsciente qui pourrait évoquer le mécanisme psychanalytique de résistance. Dans ma recherche, les participants se sont défendus du rôle de contrôleurs attribué au groupe social des garçons dont ils font partie, en soulignant la responsabilisation individuelle et collective des filles. Lors des entretiens individuels, la résistance s'est effectuée selon deux arguments : la liberté des filles de montrer leur corps sur les réseaux sociaux par le biais des images et les régulations au sein du groupe des filles et du contrôle qui s'y joue. J'ai ainsi rapporté leurs objections et discuté ces arguments en entretien collectif, ce qui les a conduits à se défendre de façon groupée.

Par ailleurs, cette résistance a été un analyseur des rapports de genre à l'œuvre dans le travail de l'apparence sur les réseaux sociaux d'images dans lesquels sont pris les participants. En Analyse institutionnelle, l'analyseur est « ce qui permet de révéler la structure de l'institution, de la *provoquer*, de la *forcer à parler* » (Lourau, 1970, p. 283). L'analyseur donne à entendre les non-dits de l'institution, révèle les rapports de pouvoir, met au jour des tensions, implique des prises de positions qui produisent l'analyse collective. Mon affirmation « dans mes analyses, il ressort que les garçons ont un rôle de spectateur, évaluateur et contrôleur du corps des filles sur les réseaux sociaux » a constitué un analyseur construit. Je souhaitais provoquer la réflexion des participants sur les hiérarchisations, les rapports de pouvoir en jeu dans « la tenue du corps dans les institutions – c'est-à-dire la manière légitime de le présenter, les manières admises de le détenir et retenir » (Brohm, 2001, p. 109) entre les filles et les garçons.

3.1 La « liberté » des filles de montrer leur corps

Précisions méthodologiques :

Cette sous-partie s'appuie particulièrement sur deux questions posées au cours des seconde et troisième phases de mon dispositif méthodologique :

- L'une en entretien individuel (seconde phase) : En analysant les discours des garçons que j'avais interrogés, j'ai compris que pour eux le corps féminin est fait pour être vu, parce que les garçons le regardent, mais il ne doit pas trop se montrer sinon elles sont jugées négativement. Qu'en penses-tu ?
- L'autre, en entretien collectif (troisième phase) : Les filles sont-elles libres de montrer leur corps ?

Les participants garçons font état d'un libre choix, d'une capacité d'agir des filles sur la publicisation de leur corps sur les réseaux sociaux d'images : *« bah elles font ce qu'elles veulent »* (Liam, quinze ans, Centre-Val de Loire, lycéen en classe de seconde voie générale et technologique), ce que rapporte également Maël (dix-sept ans, Ile-de-France, lycéen en classe de terminale voie technologique série STMG) : *« le corps féminin est pas forcément fait pour être vu c'est selon la personne si elle veut qu'il soit vu ou pas […] elle est pas obligée de montrer »*. Pourtant, leurs discours montrent que cette marge de manœuvre est en fait limitée aux rapports de pouvoir établissant les relations entre les filles et les garçons.

D'une part, la liberté des filles est soumise à un risque réputationnel, tant sur les réseaux sociaux qu'en dehors, si elles ne respectent pas les normes concernant la tenue de leur corps : *« c'est ton compte c'est tes réseaux tu fais ce que tu veux donc d'un côté oui elles peuvent mais y aura toujours quelqu'un y aura toujours des gens pour leur rappeler montre pas trop ton corps nanani nanana y aura toujours des gens pour critiquer ce qu'elles font »* (Kaïs, dix-huit ans, Ile-de-France, lycéen en classe de terminale voie professionnelle métiers de l'hôtellerie-restauration, entretien collectif 4). Cette liberté qui expose à des conséquences est une ambivalence constamment soulignée par les participants et relève alors d'une responsabilité individuelle : *« faut que les filles trouvent l'entre-deux aussi / mais j'ai l'impression la limite elle est très très très faible entre montrer son corps pour attirer et montrer son corps sans être jugé »* (Martin, vingt ans, Ile-de-France, étudiant en troisième année d'école d'ingénieur en alternance), propos rejoint par Maël (dix-huit, Ile-de-France, étudiant en deuxième année de BTS commerce international) :

Rémi : « oui après elle fait c'qu'elle veut mais
Maël : bah moi je trouve qu'il a enfin oui en soi elle fait c'qu'elle veut même si les gens sont pas forcément d'accord si elle a envie de le faire et que c'est ce qu'elle aime bah qu'elle le fasse après si elle le fait c'est qu'elle connait les conséquences » (entretien collectif 2).

La liberté conditionnée des filles a été mise en évidence en études féministes au sujet de leur sexualité. C'est le cas des « filles de cité » et des « filles rurales » rencontrées par Isabelle Clair (2012) qui risquent de se voir imputer une réputation, c'est-à-dire « un étiquetage péjoratif […] en fonction de leur degré de vertu supposé » (p. 72). Or, la figure repoussoir de la « pute » (p. 69) au sein de l'ordre hétérosexuel ne s'applique pas seulement au sein des milieux populaires. Elle est aussi connue et rappelée par les participants, tels que Lucas (vingt ans, Ile-de-France, étudiant en troisième année d'école de commerce) : *« le mâle comme on l'appelle […] il est au-dessus selon la société du coup c'est à lui de juger ce qui est en dessous donc la femme / même pas la femme / le truc avec deux seins un vagin / et après il contrôle parce que s'il a envie que tu sois une pute tu seras une pute »* et Augustin (vingt ans, Ile-de-France, étudiant en école de psychologie) : *« après d'une façon générale on parle pas de la même manière des deux / c'est comme une fille qui a plein de relations avec des mecs c'est une fille facile un mec qui a plein de relations avec des filles c'est un tombeur »*.

Dans les discours des participants, le travail de l'apparence des filles est très étroitement lié à leur disponibilité sexuelle, elle-même encadrée par l'hétéronormativité. Une surexposition du corps serait un signe de sexualité débridée (Déage, 2023). Les contraintes auxquelles sont soumises les filles sont pour prouver leur vertu et échapper à un étiquetage concernant leur identité sexuelle (être une pute) (Clair, 2012) *: « c'est vrai que l'idée d'une meuf qui se montre sur insta souvent les gars doivent se disent même qu'elle couche euh qu'elle peut qu'elle est plus à même de coucher avec des garçons différents »* (Oscar, vingt ans, Normandie, étudiant en troisième année d'école de commerce), ce qu'attestent Dany (vingt ans, Ile-de-France, étudiant en troisième année d'école de commerce) : *« y a une limite si elle se montre trop elle va être euh fin surtout fin après là c'est surtout en vrai c'est surtout au collège au lycée mais les filles elles vont plus vite se faire traiter de pute etc. en trop se montrant »*, Rémi (quinze ans, Pays de la Loire, collégien en classe de troisième) : *« si elles s'habillent trop enfin trop décolleté des trucs comme ça elles vont être mal vues c'est sûr »* et Rudy (seize ans, Auvergne-Rhône-Alpes, lycéen en classe de terminale voie générale) : *« si elle poste trop ses formes son corps nous on en parlera on se dira ouais elle abuse elle abuse un peu quand même […] si elle fait que ça c'est vrai qu'on va se dire elle est là pour attirer les garçons […] une fille qui se*

montre beaucoup elle va elle va beaucoup être accostée sur les réseaux sociaux / beaucoup de gens beaucoup de garçons notamment vont lui parler ».

Pour les filles, disposer librement de son corps repose sur une limite : ne pas dépasser le « *trop* » dans sa publicisation, ce qui montre l'enracinement du double standard dans les pratiques socionumériques juvéniles (Couchot-Schiex et Richard, 2020). En effet, lorsqu'un garçon se met torse nu, *« on va plus facilement dire ah putain il est beau gosse que ah c'est un charo*[96] *[…] c'est beaucoup plus banal que une fille qui se met en maillot de bain sur les réseaux sociaux »* (Pierre, vingt ans, Ile-de-France et Hauts-de-France, étudiant en troisième année d'école de commerce en alternance). Son meilleur ami Augustin (vingt ans, Ile-de-France, étudiant en école de psychologie) rejoint son propos : *« une fille qui montre trop aura plus de problèmes qu'un homme qui se montre trop parce que c'est comme ça aujourd'hui c'est des mentalités qui ont pas trop évolué un peu anciennes ».* Dans le cadre du travail de l'apparence des filles sur les réseaux sociaux d'images, les injonctions et les conditions de visibilité du corps féminin, ce que Rudy (seize ans, Auvergne-Rhône-Alpes, lycéen en classe de terminale voie générale) appelle le « cadre » : *« ouais le cadre est très important »,* auxquelles il est attendu que les filles prêtent attention et qui sont observées par les garçons et discutées entre eux, portent sur :

- La tenue vestimentaire : comment est-elle habillée ?
- L'activité à l'origine de la tenue : pour faire quoi ?
- Le lieu à l'origine de la tenue : pour aller où ?
- La pose présentant la tenue : est-elle suggestive ou provocante ? comme l'explique Rudy : *« par exemple si on voit qu'elle fait exprès de / par exemple je sais pas elle se cambre »*
- La fréquence de publication : poste-t-elle régulièrement ?

Ce cadre fait partie des contraintes sociotechniques à prendre en compte par les filles dans la maitrise des affordances des réseaux sociaux. Cela interroge sur sa négociation par elles (Piazzesi et Lavoie Mongrain, 2020), qui semble complexe tant les paramètres sont présents :

Rudy : « ça dépend le contexte mais par exemple une photo à la plage en maillot de bain bon c'est la plage c'est pas il y a il y a aucun souci [contrairement à si elle] fait exprès de le montrer […]

[96] Un « charo » est une abréviation du terme « charognard ». Expression à connotation négative, il désigne un jeune garçon qui séduit constamment un grand nombre de filles, comme un charognard qui ne quitte pas sa proie.

Moi : si par exemple elle est en robe ou en jupe ou quoi ? Par exemple une soirée / une robe sexy ou quoi ?
Rudy : […] on se dit que c'est une soirée il y a pas de souci
Moi : si elle montre la robe chez elle pareil que le pour le bikini du coup ?
Rudy : non non les robes on se dit c'est un habit de fête voilà enfin ça / après ça dépend si la fille elle a un énorme décolleté ».

D'autre part, la différenciation du rapport au corps établie et replacée au sein de normes de genre toujours en place montre « la permanence de l'inégalité des 'rôles esthétiques' » (Löwy, 2006, p. 87) et des liens entre féminité et corporalité intériorisés par les participants. C'est surtout le corps féminin qui est publicisé, et ce de manière particulièrement esthétique, comme si elles ne pouvaient se montrer autrement parce que ce sont des filles : *« l'importance des formes etc. c'est plus fort chez les filles que chez les garçons dans la société aujourd'hui fin l'idée en tout cas »* (Dany, vingt ans, Ile-de-France, étudiant en troisième année d'école de commerce). En entretien collectif, Robin et Basile étayent cet argument :

Robin : « on a un rapport à l'image qui est moins présent et on est moins critiqué sur notre image par rapport aux filles où pour le coup c'est beaucoup plus permanent
Moi : Basile t'en penses quoi ?
Basile : moi j'suis d'accord j'ai l'impression que de manière générale dans la société on a beaucoup plus d'attentes sur la gente féminine quant à leur apparence à leur façon de de s'habiller etc. et en fait c'est pour ça qu'elles ont tendance à beaucoup plus enfin à mon avis hein se mettre en scène sur différents réseaux sociaux
Moi : se mettre en scène c'est-à-dire ?
Basile : ben c'est-à-dire copier des façons de poser de je sais pas regarder la caméra […]
Moi : y a des normes en fait sur la manière dont elles doivent se prendre en photo ?
Basile : Ouais en soi c'est un peu la même chose chez les hommes c'est juste que y a peut-être un petit peu moins de matière » (entretien collectif 1).

La dernière phrase de Basile suppose que si des normes de présentation de soi contraignent également les garçons dans la production et le partage d'images sur les réseaux sociaux, les normes qui s'appliquent aux filles sont beaucoup plus contraignantes pour le corps et son embellissement.

L'accent mis sur une prétendue liberté des filles dans la publicisation de leur corps sur les réseaux sociaux, tout en effectuant un rapprochement entre le corps féminin, ses conditions

de visibilité et sa sexualité, montre les contradictions soulevées par la résistance au rôle de contrôleur des garçons sur le travail de l'apparence des filles. Perçu comme un support de séduction hétérosexuelle, le corps féminin est l'objet d'injonctions paradoxales. Il doit à la fois se montrer et ne pas trop se montrer pour se protéger des jugements masculins mais aussi féminins.

3.2 Le « contrôle » mutuel entre filles

Précisions méthodologiques :

Cette sous-partie s'appuie particulièrement sur une question posée au cours de la troisième phase de mon dispositif méthodologique en entretien collectif :

Le regard des filles est-il aussi important pour une fille quand elle publie une photo ou vidéo d'elle que le regard des garçons ?

En effet, le contrôle et les régulations au sein du groupe des filles sont fortement rapportés par les garçons en entretien : *« le rôle de contrôleur c'est plus les autres filles »* (Maël, dix-sept ans, Ile-de-France, lycéen en classe de terminale voie technologique série STMG). Raphael (dix-sept ans, Auvergne-Rhône-Alpes, lycéen en classe de terminale voie générale) : *« bah honnêtement je sais pas si c'est que les garçons les filles aussi critiquent les autres filles […] je pense qu'elles critiquent même plus euh plus méchamment que les garçons […] entre elles euh ça rigole pas »* et Robin (vingt ans, Grand-Est, étudiant en troisième année de licence de STAPS) le soulignent : *« c'est réducteur déjà de dire ça et puis non c'est pas il y a pas que les hommes qui contrôlent là-dessus parce que les filles ça sait très bien se clasher entre elles [sourire] je trouve même des fois elles sont plus méchantes que entre filles que d'un garçon à une fille »*.

Nicole-Claude Mathieu (1991), anthropologue et féministe matérialiste, explique que les femmes subissent des contradictions permanentes. « Ne pas céder est une norme et *en même temps* céder est une norme » (p. 133)[97], contradictions qui constituent « un facteur d'aliénation […] ce qui fait que céder n'est pas 'consentir' ». La « liberté » des filles de montrer leur corps pour le regard et le jugement des hommes en est un exemple. Or, peuvent-elles être libres sans avoir pleinement connaissance de ces normes contradictoires, qui sont d'autant plus imposées aux filles ? Des normes contradictoires que les participants ne reconnaissent pas toujours, en

[97] Les italiques dans la citation sont de l'autrice.

raison de leur position au sein des rapports de genre. Car si « le dominant connaît les *moyens* de l'exploitation et de la domination […] il ne connaît pas le vécu de l'*oppression*, c'est-à-dire l'autre versant » (*Ibid.*, p. 136)[98]. De plus, cette « liberté » est aussi à replacer dans d'autres rapports sociaux, tel que celui de l'âge. L'adolescence est une période de remaniement identitaire où le corps se transforme et transforme l'image de soi et cela prend sens pour les jeunes parce qu'il s'effectue sous le regard du groupe de pairs (Dizerbo, 2016).

La relativisation du contrôle exercé par les garçons sur les filles, au profit d'un contrôle des filles entre elles dans le cadre du travail de l'apparence, apparaît comme une mise en responsabilité collective féminine dans la reproduction du système patriarcal. Or là encore, en reprenant les propos de Nicole-Claude Mathieu (1991), peut-on affirmer le consentement des opprimées à leur oppression ?

> Avec le terme consentement, d'une part la responsabilité de l'oppresseur est annulée, d'autre part la conscience de l'opprimé(e) est promue au rang de conscience libre. La « bonne » conscience devient le fait de tous. Et pourtant, parler de consentement à la domination rejette de fait, une fois de plus, la culpabilité sur l'opprimé(e) (*Ibid.*, p. 208).

Peuvent-elles être responsables de la domination subie à propos de leur corps et de ses manières de le tenir et de le montrer sur les réseaux sociaux et en dehors ? Ont-elles connaissance de ce rapport de domination et comme faisant partie de ce rapport en tant que sujet dominé ? Car le « consentement *à la domination* [implique] la connaissance pleine et entière de la situation et l'acceptation des conséquences, y compris des conséquences *destructrices*, du contrat… » (*Ibid.*, p. 207)[99].

Les discours des participants montrent également une essentialisation de l'amitié et de l'hostilité entre filles (Martin et al., 2011). Les filles sont perçues comme malveillantes, jalouses et hypocrites entre elles. Certains d'entre eux insistent sur la comparaison, la compétition et la jalousie qui règnent au sein du groupe des filles lors de la capture et de la publication d'images de soi. C'est le cas de Raphael (dix-sept ans, Auvergne-Rhône-Alpes, lycéen en classe de terminale voie générale) : *« j'pense qu'y a beaucoup de filles qui regardent d'autres filles pour se comparer […] peut-être moins en terminale et tout ça mais plus en troisième/seconde qui sont super mal parce que elles ont l'impression que tout le monde toutes les filles sont incroyables alors que non »* et de Théo (dix-huit ans, Ile-de-France, étudiant en première année

[98] Les italiques dans la citation sont de l'autrice.
[99] Les italiques dans la citation sont de l'autrice.

de double licence Histoire – LLCER anglais) : *« j'ai l'impression que des fois elles soient plus poussées par rapport au fait d'avoir peut-être une certaine sorte de crédibilité auprès des autres filles qui sont sur Instagram / et forcément quand ton fil Instagram il est rempli de filles fin c'est très facile de voir des filles voilà qui ont des corps qui sont considérés comme parfaits entre guillemets / tu te dis que en tant que fille est-ce que toi aussi c'est ton rôle de faire ça […] j'pense qu'il y a plus de ça que même que de vouloir plaire aux garçons »*. Pour Maël (dix-sept ans, Ile-de-France, lycéen en classe de terminale voie technologique série STMG), les filles postent plus souvent que les garçons des images où elles posent seules car *« les filles elles veulent pas entre guillemets se faire voler la vedette […] elles veulent pas que le regard aille sur une autre fille »*. Ainsi, selon Maël, en suivant les normes féminines de présentation de soi, en cédant à la domination subie en rapport à l'image de leur corps, les filles pensent gagner quelque chose dans le groupe social des filles : être plus séduisantes que les autres.

Les études féministes montrent que l'amitié entre femmes est historiquement invisibilisée et dévalorisée (Martin et al., 2011). L'analyse de la perception des participants sur l'homosociabilité féminine montre la reconduction des rapports de pouvoirs et des normes de genre et de l'hétéronormativité au sein de cette modalité de sociabilité des jeunes filles.

Concernant principalement le contrôle et les régulations au sein du groupe des filles, les entretiens collectifs ont été l'occasion de rapporter des propos tenus en entretien individuel et de confirmer l'avis d'un autre participant en s'appuyant sur l'entente du groupe. C'est le cas de Maël (dix-sept ans, Ile-de-France, lycéen en classe de terminale voie technologique série STMG) : *« la plupart elles montrent et après bah elles sont jugées* ***surtout par les autres filles*** */ j'ai l'impression que les garçons bah soit ils s'en fichent soit ils aiment bien entre guillemets / et la fille bah c'est soit par jalousie soit […] elle trouve que c'est pas bien du coup elle critique et ça attire les critiques »* et de Rémi (quinze ans, Pays de la Loire, collégien en classe de troisième) pour qui les rôles d'évaluateur et de contrôleur *« c'est plus le rôle des filles […] parce que entre filles y a des jalousies ou des choses comme ça / alors qu'un garçon il ne va pas être jaloux d'une fille »*, ce qu'ils ont affirmé en entretien collectif :

Maël : « quand on sait que dans le monde des filles y a beaucoup d'hypocrisie même de critiques entre filles j'ai déjà vu des filles qui postaient et
Moi : [coupe la parole] comment ça hypocrisie [rire] ?
Maël : [rire] par exemple j'ai déjà vu des filles poster et dans leur dos que ce soit des potes ou des gens qui l'avaient sur Insta bah ils critiquaient la photo ou la publication

Moi : Rémi tu m'avais parlé de la même chose
Rémi : ouais oui oui / j'avais dit ça sur les commentaires des publications des filles
Maël : bah surtout dans le sens où par exemple il y en a plein enfin des filles qui publient même que ça soit en publication [ou] en publication sur Insta qui reste / et il y a beaucoup de filles qui par exemple qui les complimentent et après dans leur dos bah elles parlent mal de la publication aussi ouais ça arrive […]
Kevin : je suis pas trop renseigné sur ça mais je pense qu'il a un peu tout dit hein c'est que y en a certaines qui vont être hypocrites qui vont dire elle est belle tout ça mais on sait que y a des groupes qui se font / y en a d'autres qui vont peut-être dire ça mais qui le pensent pas vraiment c'est juste pour la publication quoi l'apparence pour faire croire qu'elles sont amies et tout ça / après je dis ça mais y a aussi ça pour les garçons donc c'est des deux côtés mais chez les filles c'est beaucoup plus répandu quoi […]
Rémi : ben moi j'suis d'accord en tout cas y a plus d'hypocrisie chez les femmes que chez les hommes » (entretien collectif 2).

De la même manière que les filles réunies lors de l'entretien collectif avec trois entremetteuses se sont situées par rapport au groupe social des garçons, le groupe de garçons réuni s'est situé par rapport au groupe social des filles et inversement. A plusieurs reprises, je me suis opposée à leur discours en me présentant comme personnellement attaquée lorsqu'ils avançaient l'argument de l'hostilité entre filles : *« j'suis choquée [rire] », « moi j'suis pas d'accord »*, ce qui a eu pour effet chez les trois garçons de soutenir et d'argumenter leur point de vue. Ce qui a « constitué un élément essentiel de cohésion du groupe » (Duchesne et Haegel, 2008, p. 36) semble opérer comme un discours de légitimation des rapports sociaux d'oppression intériorisés par les garçons. Ces moments de l'entretien sont particulièrement explicites sur la manière dont les rapports de genre se manifestent sur le terrain et comment je m'y inscris.

Les entretiens collectifs ont également permis à des participants de nuancer les propos d'un autre, montrant ainsi sa singularité :

Robin : « les filles se jugent beaucoup plus déjà entre elles rien que ça ça fait la différence […]
Jérôme : Pour rebondir sur ce que tu disais Robin je pense que juste les filles et les garçons je pense qu'ils critiquent pareil juste les garçons le disent pas mais ils le pensent beaucoup […] (entretien collectif 1).

Un groupe s'est détaché des autres en nuançant l'avis général et en introduisant un autre point de vue sur le groupe social des garçons, ce qui témoigne de la diversité des perceptions et des expériences. Ainsi, lors de l'entretien collectif 4, dans lequel les trois participants sont arrivés à ce stade de l'enquête, Kaïs et Joris ont expliqué avoir plus d'amies que d'amis : *« moi j'trouve que y a une sorte de compétition et d'hypocrisie parmi certains groupes de gars quoi du coup on est pas beaucoup donc j'préfère avoir un groupe d'amies filles parce que y a pas ce genre de problème-là »* (Joris, dix-neuf ans, Guadeloupe, étudiant en deuxième année de BTS informatique). Jusqu'à cet entretien, la compétition et l'hypocrisie étaient exclusivement rapportées au groupe social des filles par les participants. Seul Pierre (vingt ans, Ile-de-France et Hauts-de-France, étudiant en troisième année d'école de commerce en alternance) avait abordé la compétition au sein du groupe de pairs masculins dans la séduction hétérosexuelle : *« on aimerait être le seul à avoir un catalogue et à se dire bah j'ai le choix et les autres ils viendront après tu vois »*. Le commentaire de Joris m'a permis de mentionner un entretien collectif précédent (entretien collectif 2) où le contrôle, l'hypocrisie et la jalousie au sein du groupe des filles avaient été très fortement rapportés par le groupe, ce que les garçons ont nuancé :

Kaïs : « en soi ils ont pas tort mais les garçons c'est pas mieux non plus
Joris : ah vraiment pas
Mathis : c'est pas mieux » (entretien collectif 4).

Le risque réputationnel et les normes qui s'appliquent au corps féminin et à sa publicisation dans un contexte hétéronormatif s'inscrivent dans les affordances à identifier et prendre en compte par les filles dans le travail de l'apparence sur les réseaux sociaux d'images. Mis en évidence par les participants au cours des entretiens, ces propos contredisent l'argument concernant la « liberté » des filles dans la production et le partage d'images d'elles-mêmes. Le « contrôle » mutuel entre filles constitue le second argument par les participants en résistance à mon interprétation. Cet argument, particulièrement réaffirmé collectivement, met en responsabilité le groupe des filles face aux injonctions paradoxales qu'elles subissent. Il renvoie également à la passivité supposée du rôle de spectateur endossée par les participants, en particulier sur Instagram. Les garçons ne semblent pas conscients du fait que celui qui regarde est actif sur les réseaux sociaux d'images.

Chapitre 4 - Un travail de l'apparence structuré par le genre et l'hétéronormativité

Ce chapitre explicite comment la binarité de genre et l'hétéronormativité s'expriment dans les propos des participants au sujet de leur propre travail de l'apparence et de celui de leurs pairs. Les réseaux sociaux d'images s'institutionnalisent au sein d'un environnement institutionnel plus large qui reproduit les rapports sociaux.

4.1 Une vision binaire du travail de l'apparence ?

Précisions méthodologiques :

Cette sous-partie s'appuie particulièrement sur deux questions posées au cours des seconde et troisième phases de mon dispositif méthodologique :

- L'une en entretien individuel (seconde phase) : Comment sont les publications des filles sur les réseaux sociaux ? Perçois-tu des différences avec celles des garçons ?
- L'autre en entretien collectif (troisième phase) : Dans tous les entretiens, les participants m'ont dit que les publications de photos et vidéos des filles sur les réseaux sociaux sont très différentes de celles des garçons. Même lorsqu'elles se prennent en photo ou en vidéo. Comment savez-vous cela ?

Pour rappel, la différence voire le clivage rapporté est aussi est un effet de mon dispositif méthodologique. Si les choix d'approches, de méthodes et d'outils me permettent d'accéder au discours des garçons, ils peuvent aussi avoir tendance à le renforcer.

Les discours des participants permettent de dévoiler les mécanismes qui produisent le corps masculin et féminin : par le biais des images sur les réseaux sociaux, un ensemble de techniques d'embellissement du corps (Ghigi, 2021), de normes et de rapports de pouvoir genrés apparaissent naturalisés. Les participants montrent leur connaissance du travail de l'apparence des filles, qu'ils différencient systémiquement, voire opposent à celui des garçons. Le faire avec son corps au féminin a pour corollaire le faire avec son corps au masculin, qui est autre (Balleys, 2016, 2017a, 2017b). Cela vient donc confirmer l'analyse produite à l'issue de l'enquête exploratoire. Les garçons relèvent chez les filles une grande attention portée à l'image. En vue de la publication, lors de la capture, elles veillent selon eux à l'arrière-plan, au cadrage, à la luminosité, à la pose adoptée, ainsi qu'à la tenue vestimentaire et au maquillage. Durant l'édition, elles recourent aux filtres. La publication s'effectue à partir du choix parmi

les nombreuses images capturées. L'heure de publication est parfois étudiée pour exploiter l'algorithme du réseau social à leur avantage en maximisant les chances de visibilité, d'engagement et de viralité de leurs images : *« j'ai des amies qui postent pour le coup régulièrement qui aiment beaucoup faire des belles photos avec une belle lumière des trucs très travaillés / alors que les mecs que je connais ils postent plus facilement des trucs euh bah un peu comme moi où on est avec des amis parce qu'ils ont bien aimé la photo voilà »* (Pierre, vingt ans, Ile-de-France et Hauts-de-France, étudiant en troisième année d'école de commerce en alternance). Gabin (dix-neuf ans, Ile-de-France, étudiant en première année de licence en informatique) : *« j'ai l'impression qu'il y a beaucoup de filles qui postent des photos* ***d'elles*** *en train de poser justement euh prennent du temps avec des filtres euh ou en tout cas avec une tenue particulière ou untel vêtement etc. / qui sont en effet beaucoup plus travaillées donc voilà euh donc en effet c'est pas alors que les garçons on voit pas ça quoi »*, Dany (vingt ans, Ile-de-France, étudiant en troisième année d'école de commerce) : *« elles vont plus retoucher elles vont plus s'appliquer le nombre de photos qui vont prendre avant d'en avoir une bonne il va être supérieur à celui des garçons / c'est beaucoup plus euh tu sens que c'est plus recherché »* et son ami Martin (vingt ans, Ile-de-France, étudiant en troisième année d'école d'ingénieur en alternance) font la même observation : *« y a des filles fin des potes à moi qui disent ouais je vais poster une photo à 18h00 parce que 18h00 c'est le pic d'affluence sur Instagram comme ça tout le monde la voit »*.

Les différences rapportées ne portent pas seulement sur l'image mais aussi sur les commentaires postés suite à sa publication : *« c'est surtout les filles qui ont beaucoup de commentaires sur la publication / parce que les garçons enfin il y en a mais ça va pas être le même style de de commentaire / c'est enfin ils vont pas dire t'es incroyable tout ça »* (Rémi, quinze ans, Pays de la Loire, collégien en classe de troisième). Son grand-frère Basile affirme cela en entretien collectif : *« y a qu'à regarder les commentaires […] en tout cas c'est ce que j'ai observé hein mais y a beaucoup plus de commentaires sur le physique de la personne dans les commentaires pour la fille / ça va être je sais pas t'es trop belle »* (Basile, vingt et un ans, Pays de la Loire, étudiant en troisième année de licence de droit français – Common Law, entretien collectif 1).

La concentration sur le corps est particulièrement prégnante dans les perceptions autour du travail de l'apparence des filles. L'image est centrée sur « l'esthétisation de soi et du corps » (Balleys, 2017b, p. 72), comme le remarquent Nicolas (dix-sept ans, Guadeloupe, lycéen en classe de terminale voie générale) : *« elles vont plus s'habiller pour être sexy au cas où s'il y a*

quelque chose qui se passe pour faire une photo / tandis que le garçon lui depuis que il a un t-shirt et un jean s'il doit faire une photo il fera sa photo / tandis que les filles il faut qu'elles soient bien habillées bien maquillées », Raphael (dix-sept ans, Auvergne-Rhône-Alpes, lycéen en classe de terminale voie générale) : *« bah les filles en général c'est des photos [sourire] bon après c'est pas non plus tout le temps le cas mais c'est des photos euh dans une pose particulière pour faire ressortir les formes ou des petites tenues des trucs comme ça / genre en maillot de bain et tout »* et Kevin (quinze ans, Guadeloupe, lycéen en classe de première voie générale, entretien collectif 2) : *« on travaille pas vraiment sur notre apparence de nous-mêmes en fait parce que / par exemple les filles vont faire plus attention à leurs images notamment sur les réseaux sociaux dans la vraie vie aussi mais là on parle des réseaux sociaux / elles vont faire beaucoup plus attention à un leur image sur ça / alors que nous bah on s'en fiche un peu j'ai envie de dire / après c'est pas pour tout le monde y a des gars pour certains ça les importe mais pour la plupart bah c'est pas forcément quelque chose d'important »*.

Si certains participants viennent nuancer les expériences des filles au sujet du travail de l'apparence sur les réseaux sociaux d'images, ils le font sans pour autant infirmer les observations partagées par l'ensemble concernant la plus grande réflexion chez les filles autour de la publication d'images esthétiques d'elles-mêmes : *« encore une fois de mon expérience j'ai pu voir tout l'un ou tout l'autre / des filles qui mettaient des enfin des photos ou des trucs pas super travaillés et qui avaient un compte Instagram […] complètement bordélique avec deux-cent publications et des photos et des vidéos dans tous les sens / et au contraire qui travaillent beaucoup là-dessus »* (Jérôme, vingt et un ans, Normandie, étudiant en troisième année d'école d'ingénieur, entretien collectif 1).

En entretien collectif, Kaïs (dix-huit ans, Ile-de-France, lycéen en classe de terminale voie professionnelle métiers de l'hôtellerie-restauration), en appui de Mathis (vingt et un ans, Guadeloupe, Etudiant en deuxième année BTS MCO), commence par expliciter, comme si elles étaient récurrentes, les différentes étapes relevées lors de la capture, l'édition et la publication d'image de soi par les filles :

Kaïs : Ah ben c'est clairement différent [sourire]
Mathis : Oui
Moi : j'attends des explications [rire]
Kaïs : elle va se préparer elle va s'arranger je sais pas elle va chercher une pose après elle va dire ah non pas la bonne ceci cela l'angle / elle va vouloir qu'on prenne allez dix photos / puis après elle va trier elle va trouver la bonne / ceci cela la luminosité la hauteur […]

Mathis : il a pas tort c'est vrai […] disons que y a des filles qui se préparent elles vont choisir la bonne photo elles vont régler plusieurs choses en fait
Moi : alors que les garçons c'est pas ça ?
Mathis : les garçons ça peut être sûrement un peu la même chose chez certains garçons mais la plupart du temps […] dès qu'ils font la photo si ça leur plaît tant mieux
Moi : […] Joris ?
Joris : vu la description qu'ils ont fait bah j'ai l'impression d'être une meuf pour le coup parce que tant que j'ai pas la bonne photo bah je n'arrête pas / du coup bah je change enfin je fais plusieurs prises etc. et puis voilà quoi / mais après je pense ça dépend de ce que tu veux montrer sur Instagram etc. […]
Moi : donc toi tu te prends en photo pour poster ?
Joris : Oui pour poster vraiment » (entretien collectif 4).

Joris (dix-neuf ans, Guadeloupe, étudiant en deuxième année de BTS informatique), qui a pourtant des pratiques similaires à celles décrites, les associe également à la féminité. Puis Kaïs décrit plus loin les motivations et les attitudes variées des filles de son groupe de pairs : *« de toutes les filles à qui je parle c'est pas forcément toutes qui postent sur les réseaux qui se montrent / c'est même pas forcément qu'elles sont à l'aise ou pas / c'est juste qu'elles ont pas envie ou qu'elles elles n'ont pas d'intérêt à le faire ».*

Ce sont surtout les images publiées sur Instagram qui sont prises en exemple pour décrire le travail de l'apparence des filles. Comme les images instantanées et humoristiques d'eux-mêmes circulent exclusivement dans un cercle restreint, il est possible qu'ils aient moins accès à ce type d'images si elles sont reproduites par les filles de leur groupe de pairs, excepté lorsqu'il s'agit de relations de proximité. Le fait qu'ils considèrent Instagram comme un réseau social « vitrine » peut également expliquer cela. Les entremetteuses et les participants présents sur Instagram en identifient les mêmes potentialités, notamment celui de regarder, s'inspirer et s'informer sur leurs centres d'intérêt. Elles et ils font aussi état des mêmes normes autour de la présentation esthétique de soi. Mais ces possibilités et ces contraintes, en plus de leurs centres d'intérêts, sont modulées par le genre, ce qui se répercute sur leurs pratiques. Cette analyse a été confirmée par les trois entremetteuses au cours de l'entretien lorsque Tatiana souhaitait connaître les usages rapportés par les garçons sur Instagram :

Tatiana : « moi j'utilise Instagram un peu comme Pinterest[100] *pour avoir de l'inspiration sur des ongles des maquillages et tout / est-ce que les garçons utilisent de la même manière aussi ? mais pas pour le maquillage enfin ça dépend pour la personne mais genre informatique ou autre*

Moi : si c'est en fonction des centres d'intérêt ils m'ont dit pour Instagram ils regardent ce qui les intéresse ça ça ressort beaucoup / mais c'est pas les mêmes centres d'intérêts

Sonia : entre eux ou entre les filles et les garçons ?

Moi : entre les filles et les garçons / comme là tu vois tu me parles de trucs esthétiques de beauté eux c'est pas ce qu'ils mettent en avant ils vont beaucoup mettre en avant des sports des humoristes […] comme pour les photos ils voient des différences tu vois comme tu m'as dit que tu réfléchis à des poses et tout / eux quand ils se prennent en photo ils réfléchissent pas juste ils prennent la photo et s'ils aiment bien la photo ils la postent [Pauline et Tatiana sont étonnées puis rigolent] ils disent que ouais nous que les filles tout est pensé tout est réfléchi

Sonia : ***bah oui***

Moi : alors que eux ils prennent une photo et si la photo elle passe ils la postent

Tatiana : après ouais c'est vrai » (entretien collectif avec trois entremetteuses).

Ainsi, comme l'expliquent Basile (vingt et un ans, Pays de la Loire, étudiant en troisième année de licence de droit français – Common Law) et Robin (vingt et un ans, Grand-Est, étudiant en première année de master STAPS) en entretien collectif, les affordances d'Instagram favorisent la « féminité 'spectacle' » (Moulin, 2005, p. 59), la publication d'images de soi chez les filles et le rôle de spectateur chez les garçons :

Basile : « c'est juste de l'observation dans mon réseau mais quand tu es une fille sur un réseau social par exemple comme Instagram tu peux pas juste ne pas avoir de publications et ne pas avoir de photo de profil alors que j'ai plein de potes et même moi-même qui avons zéro publication et même pas de photo de profil des fois / nous on est plus là juste à scroller explorer les comptes les publications les stories

Robin : tu stalkes en fait [rire]

Basile : non mais c'est ça j'ai pas osé [rire] c'est ça on regarde on s'amuse et tout mais on est pas trop acteur on est moins acteur

[100] Créé en 2010, Pinterest est une plateforme en ligne de partage d'images et, depuis 2013, de vidéos. Les utilisatrices et utilisateurs peuvent découvrir, enregistrer et organiser sous forme de tableaux thématiques ces contenus visuels, appelées *pins* (épingles). Plusieurs fonctionnalités l'apparentent à un réseau social tel que la possibilité de s'abonner à d'autres profils, de partager des épingles, des tableaux et des profils, de commenter des épingles ou de s'envoyer des messages privés.

Robin : pour le coup j'suis d'accord c'est beaucoup plus courant de même, très courant de trouver des comptes d'hommes enfin de potes qui en fait eux ils ont pas de publications rien du tout alors que les filles on est sûr d'avoir forcément déjà la photo de profil ça c'est sûr que je comme ça à ma connaissance je vois pas trop de comptes filles sans minimum la photo de profil / et au moins quand y a pas de publications y a des stories à la une en fait donc les stories qui restent tout le long sur le profil » (entretien collectif 1).

Si les garçons partagent peu d'images d'eux-mêmes, en particulier sur Instagram, ce n'est pas parce qu'ils contestent l'injonction au paraître car elle ne s'applique pas à eux mais au groupe social des filles. Tandis que pour les participants, le travail de l'apparence des filles se rapporte surtout à l'image du corps (l'être), pour eux il est autre et se concentre sur l'humour ou l'activité (le faire) : *« les mecs ont plus tendance à poster des photos d'eux avec leurs amis ou autres et les filles ont tendance à poster des photos d'elles-mêmes à faire un peu plus attention à leur apparence le nombre de likes tout ça »* (vingt ans, Ile-de-France, étudiant en école de psychologie).

Le corps athlétique avec les muscles saillants semble être la seule forme de corporéité masculine soumise au regard du groupe des pairs sur les réseaux sociaux d'images car c'est celle qui est valorisée socialement selon eux. Les garçons montrent leur connaissance des standards de beauté qui s'appliquent à eux, savent se situer et situer leurs pairs par rapport à ces standards : *« j'ai jamais vu un garçon montrer son corps sur les réseaux enfin p't'être s'il est musclé mais sinon non »* (Maël, dix-sept ans, Ile-de-France, lycéen en classe de terminale voie technologique série STMG). Pierre (vingt ans, Ile-de-France et Hauts-de-France, étudiant en troisième année d'école de commerce en alternance) fait le même constat : *« j'ai des amis mecs qui font euh beaucoup de muscu [musculation] qui font beaucoup de machins qui sont très fiers de leur corps et qui postent euh aussi beaucoup leur corps / peut-être même plus que des filles tu vois […] tous les mecs n'osent pas se mettre torse nu ou dans des positions inconfortables fin où ils sont pas à leur avantage sur les réseaux / parce qu'ils se disent ah bah je vais être jugé »*.

Au cours de l'entretien collectif 3, à partir d'un échange concernant le travail de l'apparence des filles et des femmes sur les plages en Guadeloupe (Stéphane y réside, tandis que Tony y a vécu jusqu'à son déménagement en région parisienne pour ses études), les réflexions de Tony (dix-neuf ans, Ile-de-France, étudiant en deuxième année de BTS métiers de l'audiovisuel) sur les normes de beauté corporelle masculine ont particulièrement attiré mon

attention. En effet, elles ont souligné la prégnance et l'évolution lente de ces normes tant hors ligne qu'en ligne. Selon lui, les garçons et les hommes qui n'ont pas de muscles apparents ont moins tendance à montrer leur corps tandis que chez les femmes, du fait de la circulation de discours sur le corps féminin allant à l'encontre des standards de beauté hégémoniques, les corps sont pluriels et se montrent :

Tony : « j'ai pas vraiment vu plus de différences que ça entre les morphologies de certaines et d'autres / après par contre pour les hommes c'est un peu différent y a ceux qui ont un corps plus musclé plus sec plus sportif ils se montrent beaucoup plus ils jouent un peu plus sur le sable ils font un peu plus d'activités / alors que certains qui ont un corps plutôt moins sportif voire un peu rond ben ils sont souvent dans l'eau ou alors ils marchent sur le sable mais en général ils sont beaucoup plus discrets
Moi : ça veut dire qu'il y a une pression quand même énorme sur le fait d'être musclé hein ?
Tony : en fait à travers les années une femme au corps rond au corps mince peu importe en fait souvent c'est bien c'est beau c'est esthétique ça leur va bien / alors qu'un homme rond c'est beaucoup moins mis en valeur sur les réseaux / du coup bah en général dans la vraie vie tu vas pas te sentir à l'aise en étant un homme assez rond alors qu'une femme assez ronde bah on pourrait dire qu'elle a des courbes plus généreuses etc. des trucs comme ça / alors qu'un homme non / mais un homme avec beaucoup de de muscles avec des abdominaux visibles etc. ça sera beaucoup mis en valeur ce sera ahh il est sportif il est ceci il est cela / y a moins de gêne chez les femmes parce qu'il est dit sur les réseaux ou autre que c'est beau à voir mais l'inverse pour les hommes c'est pas dit souvent
Moi : ah oui il y a une évolution des normes qui est plus présente du côté des femmes quoi ? [Tony acquiesce] » (entretien collectif 3).

Les mêmes références corporelles masculines et pratiques socionumériques juvéniles sont rapportées par les deux participants sportifs de haut niveau, Robin (vingt ans, Grand-Est, étudiant en troisième année de licence STAPS) : *« t'as des gars qui font de la muscu [musculation] qui sont bien musclés avec les muscles dessinés et qui n'hésitent pas à se montrer sur les réseaux »* et Jérôme (vingt et un ans, Normandie, étudiant en troisième année d'école d'ingénieur, entretien collectif 1). L'intériorisation de ces normes est renforcée par la socialisation sportive, compte tenu des standards esthétiques en vigueur (Braizaz et al., 2020), comme le rappelle Robin à son ami lors de l'entretien collectif :

Jérôme : « je connais beaucoup de garçons qui font beaucoup de préparation en coulisses qui se regardent le bon angle du miroir selon la lumière qui contractent bien les abdos des trucs comme ça / j'en ai vu hein
Robin : après tu vois je pense Jérôme c'est à enfin à nuancer dans le sens où ben après on est dans le monde sportif très sportif c'est ça qui joue […] le sport de haut niveau c'est en rapport à l'image déjà » (entretien collectif 1).

Une division binaire du travail de l'apparence sur les réseaux sociaux se manifeste dans la description des pratiques féminines et masculines de capture, d'édition et de partage d'images. Le travail de l'apparence des filles se concentre principalement sur l'image du corps, dont seul l'embellissement est décrit, sans mention de sa morphologie. En revanche, le travail de l'apparence des garçons est davantage associé à leurs actions. Les normes de beauté corporelle masculine auxquelles se réfèrent les participants montrent que seul un corps athlétique, aux muscles saillants, peut être publicisé. La question du corps et de ses régimes de visibilité ont une influence sur la finalité par les participants des images de soi publiées : plaire à l'autre sexe.

4.2 La séduction hétérosexuelle comme finalité ?

Précisions méthodologiques :

Cette sous-partie s'appuie particulièrement sur deux questions posées au cours des seconde et troisième phases de mon dispositif méthodologique :

- L'une en entretien individuel : Les garçons que j'avais interrogés m'ont dit que les filles montrent plus leur corps dans l'objectif de plaire aux garçons, parce que ce sont les garçons qui vont regarder et aller leur parler sur les réseaux. Qu'en penses-tu ?
- L'autre en entretien collectif : Plaire est-il un objectif commun aux filles et aux garçons quand ils partagent une photo ou vidéo d'eux ?

Selon les participants, plaire à des fins de séduction hétérosexuelle est un objectif commun lors de la publication d'image de soi par les jeunes sur Instagram. Cela, par la correspondance aux normes de présentation de soi du réseau social et aux standards de beauté qui s'applique aux groupes sociaux des filles et des garçons. Les réactions (*likes*, commentaires, abonnements, *messages direct*) des filles obtenues suite aux *posts* des garçons et des garçons suite aux *posts* des filles influencent ce qui relève de l'*instagrammable*, soit des publications

les plus appréciées et partagées sur Instagram : *« si tu prends deux garçons comme ça qui sont inconnus au bataillon / que tous les deux créent un compte ils postent tous les deux des photos / il y en a un qui est lambda et il se prend en photo l'autre qui est beau gosse qui se met torse nu avec le bon plan en noir et blanc avec les abdos et tout / euh si il y aura une différence énorme de retours de commentaires d'abonnements de likes et tout ce que tu veux / et il y aura surtout plus de filles qui vont envoyer des messages privés au deuxième qu'au premier / donc je pense qu'elles contrô- pas qu'elles contrôlent mais euh tout ça fait en sorte que c'est ces photos-là qui ressortent le plus »* (Raphael, 17 ans, Auvergne-Rhône-Alpes, lycéen en classe de terminale voie générale).

Certains participants ont de ce fait rapproché le fonctionnement d'Instagram à celui d'une application de rencontre, ce que les trois entremetteuses ont confirmé : *« moi je pense qu'il y a y a un truc à enfin les réseaux les applis de rencontre qui sont en plus maintenant connectées beaucoup à aux réseaux sociaux notamment Instagram / ce qui fait que euh ton profil Insta devient presque une euh je sais pas CV de séduction genre un CV de voilà comment je suis beau gosse voilà ce que je fais et euh fin regarde qui je suis je peux t'attirer quoi / et euh du coup je pense que ça joue beaucoup ça / Instagram devient vraiment je remarque chez beaucoup de mes amis ouais un sorte de CV de CV de la séduction »* (Thomas, vingt ans, Ile-de-France, étudiant en cinquième année de médecine), *« exactement comme sur Tinder où voilà où on scroll et puis on swipe pour passer à la suivante […] j'ai l'impression que ça fait un petit peu ça pour beaucoup d'hommes sur Instagram »* (Basile, dix-neuf ans, Ile-de-France, étudiant en première année de licence de droit français – Common Law). Sonia, la petite-amie de Thomas cité précédemment, met justement en avant l'attention apportée aux images publiées sur son profil sur les applications de rencontres : *« Parce que c'est quand même considérés comme des réseaux sociaux donc euh ça pourrait être intéressant vu que pour le coup c'est des lieux où t'es obligé de poster des photos de* ***toi*** *du coup comme t'es un peu contraint de poster des photos de toi ben tu sélectionnes tes photos euh quel type de profil t'intéresse le plus comment tu commences à parler à une personne c'est quoi le message type que t'envoies des trucs comme ça »* (entretien avec trois entremetteuses).

Cependant, du fait des différences de rôles esthétiques, c'est le travail de l'apparence féminin qui est le support de cette séduction. La mise en valeur des filles par l'esthétisation de soi et du corps, particulièrement attendu sur Instagram, est toujours attribuée au regard de l'autre sexe :

Joris : « on regarde bien donc pourquoi ça nous dérangerait donc en soi ?
Moi : comment ça ? [rire]
Joris : [rire] en fait je pense que ça serait hypocrite de notre part de pas vouloir enfin de comment dire de rejeter ça alors que bah de nos abonnements à ces filles là on les suit parfois » (entretien collectif 4).

Le corps féminin et sa publicisation reposent alors sur des attentes sexuelles hétéronormées car ils doivent être conformes au désir hétérosexuel masculin : *« il y a moins cette pression au niveau des garçons / et oui aussi j'ai l'impression qu'en général les filles sont peut-être plus poussées par rapport au fait que ce soit pour plaire aux* garçons » (Théo, dix-huit ans, Ile-de-France, étudiant en première année de double licence Histoire – LLCER anglais), ce que soutient Martin (vingt ans, Ile-de-France) : *« les garçons ont plus de facilité à dire qu'ils sont attirés par le corps d'une femme […] au final c'est devenu ben une sorte de norme que certaines filles utilisent leur corps pour attirer les garçons »*. Ainsi,

> L'apparence des femmes joue un rôle clé dans leur désirabilité aux yeux des hommes, tandis que celle des hommes a des composantes multiples. Les femmes sont donc convaincues que leur capacité à trouver l'amour et l'affection dépend avant tout de leur physique (Löwy, 2006, p. 90).

Les filles sont soumises à des injonctions paradoxales (Couchot-Schiex et Latourès, 2016) car le corps féminin est un objet de désir sexuel pour les jeunes garçons et sa publicisation présente les filles « en posture de disponibilité sexuelle » (Legouge, 2021, p. 551) mais elles doivent au moins respecter la limite rappelée de façon répétée dans les discours des garçons qui est celle de la suggestivité ou de la provocation sexuelle. Par cette analyse, je n'exclus pas la possibilité que les filles puissent « se positionner comme un objet de désir [et que cela leur] apporte des bénéfices sexuels » (*Ibid.*, p. 553), ce qui pourrait d'ailleurs faire l'objet d'une recherche ultérieure. Mais cela ne retire en rien la prégnance de ces normes. Il ne suffit pas de savoir pour s'émanciper.

4.3 Les réseaux sociaux d'images : une institution ?

Précisions méthodologiques :

Des contradictions ont été relevées lors de la seconde phase (entretiens individuels) de mon dispositif méthodologique à propos des réseaux sociaux d'images, à la fois espaces de dénonciation de normes de genre et de revendications d'idées féministes et espaces toujours très codifiés en matière de travail de l'apparence. Ces contradictions ont été co-interprétées au cours de la troisième phase, à partir du questionnement suivant, sur lequel s'appuie particulièrement cette sous-partie :

Certains des garçons que j'ai interrogés ont exprimé des contradictions autour des messages diffusés sur les réseaux sociaux par rapport au corps (par exemple le mouvement *body positive*) et les publications qui sont le plus appréciées (comme les images retouchées, les photos en maillot de bain). Qu'en pensez-vous ?

- Quels sont les messages diffusés sur les réseaux sociaux par rapport au corps ?
- Quelles sont les publications les plus appréciées sur les réseaux sociaux ? Pour quelles raisons ?
- Retrouve-t-on ces contradictions autour du corps en dehors des réseaux sociaux ?

Les participants témoignent des nombreuses contradictions qui traversent les réseaux sociaux d'images à mesure qu'ils se développent. Cette complexité permet de les décrire comme des institutions au sens de René Lourau (1970). En effet, le processus d'institutionnalisation ne correspond pas à la résolution des contradictions mais s'en nourrit, l'institution pouvant se décrire comme une dynamique traversée par des contradictions de divers ordres. Les paniques morales laissent penser que l'institutionnalisation des réseaux sociaux d'images s'effectue de manière accélérée du fait de l'immédiateté, de la viralité et de la labilité voire de la dangerosité des réseaux sociaux. Or, elle n'est pas visible de la même manière pour toutes les utilisatrices et utilisateurs puisque les expériences de chacune et chacun reposent sur ses préférences et comportements de navigation, ainsi que des stratégies de recommandation du réseau social, les trois étant étroitement liés. La navigation se laisse guider par la « sérendipité » (Geers, 2022, p. 100), c'est-à-dire en découvrant des contenus de manière aléatoire et imprévue. Pourtant, même lorsqu'elle semble aléatoire, elle est encadrée par des processus algorithmiques qui déterminent en partie ce que l'utilisatrice ou l'utilisateur voit. Algorithme qui favorise les « contenus très genrés » (Bishop, 2018, p. 69) en accord avec les

intérêts publicitaires, comme c'est le cas sur Youtube où « les femmes ne sont alors visibles que lorsqu'elles répondent aux normes de genre qui leur sont assignées, à l'image des youtubeuses beauté ou *lifestyle* » (Despontin-Lefèvre, 2019, p. 31). L'utilisatrice ou l'utilisateur peut aussi choisir de suivre des comptes spécifiques, de liker ou de commenter des publications, de rechercher des hashtags ou des sujets d'intérêt, ce qui affecte également le contenu qu'il découvre et les recommandations algorithmiques.

Pour ma recherche, des ambivalences autour de l'expression du genre et du corps sur les réseaux sociaux d'images ont été mises en évidence par les participants. Alors que tous ont décrit la centralité du corps esthéticisé dans la production, le partage et l'appréciation d'images de soi par les filles, certains d'entre eux ont observé la diffusion de formes de résistance et d'émancipation vis-à-vis des normes relatives au corps féminin (Geers, 2022), comme c'est le cas au sein du mouvement *body positive*, que Jessica Cwynar-Horta (2016) définit comme étant :

> Tout message, visuel ou écrit, qui remet en question les façons dominantes de voir le corps conformément aux critères de beauté valorisés et encourage sa réappropriation et le contrôle de l'image de soi. Le Body Positive englobe toute action individuelle ou collective visant à dénoncer les influences sociétales et la construction des normes corporelles, et à promouvoir au contraire l'appréciation et l'acceptation des corps de toute forme, taille ou apparence, y compris les bourrelets, les fossettes, la cellulite, l'acné, les corps poilus, les corps qui saignent, les corps gros, les corps maigres et les corps présentant un handicap [traduction personnelle] (p. 38)[101].

Le *body positive*, qui découle du militantisme états-unien d'acceptation des personnes grosses concomitant au mouvement féministe de la fin des années 1960, « a renouvelé les problématiques propres aux mouvements féministes et queer, mettant à nouveau la question du corps au cœur des revendications (Carof, 2021, p. 280).

Pour certains participants, la circulation de modes d'expression féministes au sujet de l'image du corps sur les réseaux sociaux permet de se rendre compte de problèmes sociaux et de faire avancer les pensées et les pratiques. C'est particulièrement le cas de Théo (dix-huit ans,

[101] 'The term "body positivity" will be defined as any message, visual or written, that challenges dominant ways of viewing the physical body in accordance with beauty ideals and encourages the reclaiming of embodiment and control over one's self-image. Body positivity encompasses any individual or movement actions which aim to denounce the societal influences and construction of body norms, and instead promotes self-love and acceptance of bodies of any shape, size, or appearance; including rolls, dimples, cellulite, acne, hairy bodies, bleeding bodies, fat bodies, thin bodies, and (dis) abled bodies'.

Ile-de-France, étudiant en première année de double licence Histoire – LLCER anglais), qui a déclaré sa non binarité lors de l'entretien individuel et montré ses interrogations au sujet des assignations de genre en entretien : *« j'ai l'impression pour notre génération ça s'arrange encore ça commence à s'arranger vraiment parce que on accède beaucoup plus à différents types de corps et différents types de voilà de féminité »*. Raphael (dix-sept ans, Auvergne-Rhône-Alpes, lycéen en classe de terminale voie générale) rejoint les propos de Théo au sujet du développement de messages autour de la pluralité des corps :

Moi : « du coup si t'as pas un beau corps en gros tu vas pas te montrer quoi
Raphael : ouais en gros non / mais encore que maintenant avec tous les mouvements et tout à propos de ça ça évolue vachement il y a de plus en plus de gens qui le font / mais c'est comme c'est quand même minoritaire ouais
Moi : mouvements c'est à dire ?
Raphael : Bah les mouvements sur l'acceptation de son corps machin et tout
Moi : Et ça tu le vois présent sur les réseaux ces mouvements-là ?
Raphael : ouais / ouais assez quand même / de plus en plus en tout cas ».

Cependant, d'autres participants n'ont pas accès à ce type de contenu visuel au sein de leur groupe de pairs, à l'instar de Basile (vingt et un ans, Pays de la Loire, étudiant en troisième année de licence de droit français – Common Law) et de Robin (vingt et un ans, Grand-Est, étudiant en première année de master STAPS) :

Basile : « si on reprend Instagram j'ai pas trop de d'exemples justement de contradictions / j'ai pas vu énormément de photos qui rentrent dans cette logique de body positive / enfin pour moi c'est pas inexistant mais presque en tout cas dans mes abonnements etc. mon réseau j'ai pas ce sentiment […]
Robin : j'ai pas non plus d'exemples dans le cas-là de body positive » (entretien collectif 1).

Les participants mettent ainsi en évidence la coexistence d'implications diverses au sein de ces institutions que sont les réseaux sociaux en rappelant que ce ne sont pas des espaces dérégulés, tel que Jérôme (vingt et un ans, Normandie, étudiant en troisième année d'école d'ingénieur) :

Jérôme : « j'pense que cette cohabitation là c'est pas une contradiction / parce que les photos les plus likées restent les photos les plus likées et ok ben y en a qui prennent de l'ampleur si on reprend l'exemple de body positive ça plait à certaines communautés ça plait à certains individus […] je comprends pas trop du coup pourquoi c'est une contradiction

Moi : Parce qu'en fait il y a une remise en question des normes mais en même temps ben ces normes elles existent et ce sont elles qui font un peu loi […]
Jérôme : oui y a une remise en question des normes des normes de beauté des normes d'image y a une remise en question qui est un peu en marche mais c'est plus large que sur les réseaux sociaux hein c'est un petit peu partout même dans les mentalités j'pense que ça évolue / mais du coup en quoi c'est une contradiction avec les normes actuelles c'est juste que ça change […] c'est juste un roulement quoi quelque chose qui évolue […] » (entretien collectif 1).

Lors d'un autre entretien collectif, Rémi (seize ans, Pays de la Loire, lycéen en classe de seconde voie générale et technologique) corrobore son analyse :

Moi : « Et par rapport à ces contradictions que d'un côté t'as des messages sur les réseaux qui disent ouais montrez vous comme vous êtes etc. y a pas de de corps plus beau que l'autre body positive nananana mais d'un autre côté les photos les plus appréciées c'est les photos retouchées ou les photos en maillot de bain montrant un certain corps
Rémi : c'est pas les mêmes personnes / celles qui postent des photos d'elles même si elles sont rondes elles s'en fichent elles s'en fichent de montrer leur corps / c'est pas les mêmes que celles qui vont retoucher leurs photos / et elles se sentent pas pareil dans leur peau (entretien collectif 2).

Cela invite à replacer les pratiques socionumériques juvéniles dans les contextes sociaux au sein desquels elles opèrent. En effet, l'institutionnalisation des réseaux sociaux d'images se produit au sein d'un environnement institutionnel plus large qui reconduit notamment les rapports de genre en contexte de domination masculine à l'égard du corps et de la sexualité féminines : *« le mouvement body positive ça montre quand même que la société veut trop me montrer des corps parfaits donc effectivement ça associe encore la femme à un corps »* (Robin, vingt ans, Grand-Est, étudiant en troisième année de licence de STAPS). Si un déplacement des normes au sujet du corps des filles a été observé par des participants, le *body positive* a aussi été perçu comme un outil de re-normalisation ou de déplacement de l'insistance à devoir publiciser son corps et être belle.

L'apparition puis les évolutions rapides des réseaux sociaux d'images peuvent être décrites comme des processus d'institutionnalisation particulièrement rapides. Si un mouvement comme celui du *body positive* se présente actuellement comme instituant, c'est parce qu'il s'oppose aux normes instituées dominantes mais c'est aussi parce qu'il réactive la « prophétie initiale » (Lourau, 1973) selon laquelle les réseaux sociaux apporteraient aux

individus davantage de liberté. Pour autant, comme dans tout processus d'institutionnalisation, l'instituant ne s'impose jamais totalement mais nourrit le processus d'institutionnalisation et ce faisant peut même contribuer à maintenir la domination instituée, ici concernant les rapports de genre.

L'institutionnalisation accélérée des réseaux sociaux d'images se fait dans un contexte social mais aussi économique et politique. Comme cela apparait clairement dans mes échanges avec les garçons participants à ma recherche, leurs points de vue et leurs pratiques socio-numériques sont imprégnés par l'hétéronormativité dominante. Le travail de l'apparence sur les réseaux sociaux d'images apparait donc comme un travail institutionnel dans un espace numérique étroitement lié aux autres espaces institutionnels dans lesquels les garçons sont impliqués (famille, école, activités sportives…).

4.4 Une recherche trop binaire ?

« Parler de genre a longtemps relevé d'une dynamique bidimensionnelle » (Alessandrin, 2023, p. 93). Le groupe social des garçons âgés de 15 à 20 ans répond aux critères de départ de ma population d'enquête. Or, deux participants se sont réclamés de la non-binarité en entretien. Il s'agit d'Alban, au cours de la première phase de mon dispositif méthodologique (enquête exploratoire) et de Théo, lors de la seconde phase (entretien individuel). Me retrouvant alors confrontée à la pluralité des genres en tant que catégories de pratique (Jaunait, 2023), Alban et Théo sont venus mettre le doigt et m'interpeller sur les limites de la caractérisation de ma population d'enquête et de mes catégories d'analyse que sont le genre, la masculinité et, par relation, la féminité. Ainsi, la production d'une analyse sur la déclaration de non binarité d'Alban et de Théo interroge la façon dont iels se situent par rapport au genre auquel iels ont été assigné et à celui qu'iels choisissent de produire.

Journal de recherche, notes du 25/11/2023 :

> *Le codage thématique des entretiens individuels me replonge dans les transcriptions et soulève des questions. C'est particulièrement le cas à propos d'Alban et de Théo. Indiquer que je recherche des garçons âgés de quinze à vingt ans pour un entretien dans le cadre de mes recherches ne veut pas dire que ce seront forcément des garçons cisgenre qui répondront à l'appel. S'agit-il d'un intérêt pour l'objet de recherche ? Peut-être est-ce dû à une identification au groupe social des garçons à ce moment-là ? Qu'est-ce que signifie pour Théo et*

Alban la non-binarité ? Quelles sont leurs représentations de la masculinité et de la féminité ?

Le genre non-binaire est un terme récent et la population qui s'y identifie est jeune. Selon Emmanuel Beaubatie (2022), les non-binaires désignent des personnes qui ne s'identifient ni comme homme ni comme femme. Arnaud Alessandrin (2023) souligne cependant les multiples définitions de la non-binarité dans la littérature, qui renvoient à « une diversité d'expériences, d'identités ou de revendications qui, par leur fluidité, défont les traditions genrées » (p. 95). J'ai ainsi porté mon attention sur les expériences et représentations que recouvre la non-binarité de genre pour Alban et Théo. Que signifie pour Alban et Théo être non-binaire ? La masculinité ? La féminité ? Comment se situent–iels par rapport aux garçons et aux filles ? J'ai également observé les recoupements dans leurs discours et rediscuté les propositions définitionnelles parmi la littérature existante sur le sujet. Pour cela, je m'appuyais particulièrement sur l'analyse de la non-binarité par Arnaud Alessandrin (2023, p. 96) qui porte sur trois mouvements :

- La non-binarité comme oscillation de genre (l'un ou l'autre genre),
- La non-binarité comme agencement (l'un et l'autre genre),
- La non-binarité comme extériorité du genre (ni l'un ni l'autre).

Une question a été soulevée et reste posée pour moi : comment interpréter le matériau récolté tout en respectant le sens donné par mes interlocuteurs à leur identité, les caractériser sans être violente dans mes analyses ? Cette interrogation m'a de ce fait invitée à m'intéresser aux réflexions linguistiques et épistémologiques autour de la rédaction épicène en langue française. Bien qu'il ait un usage inclusif, le pronom iel ne s'accompagne pas toujours d'un usage non-binaire, en évitant l'accord au masculin ou au féminin (Touraille et Allassonnière-Tang, 2023). En accord avec l'identification au genre non-binaire exprimé par Théo et Alban au cours de leur entretien, j'ai employé le pronom personnel iel pour les qualifier et veillé au respect de son sens épicène.

Micro-portrait 5 - Théo

Lorsque je rencontre Théo au cours de la seconde phase de mon dispositif méthodologique le 02/11/2021, iel a dix-huit ans, réside en Ile-de-France et est étudiant en première année de double licence Histoire – Langues, littératures et civilisations étrangères et régionales (LLCER) anglais. Théo m'annoncera au cours de l'entretien s'être rendu compte de sa non-binarité quelques semaines auparavant. Cette annonce m'a interrogée sur plusieurs points.

D'abord, d'un point de vue méthodologique, sur la caractérisation de ma population d'enquête. Ensuite, d'un point de vue théorique, cela m'a conduit à m'intéresser à différentes conceptualisations du genre et à des travaux portant sur les minorités sexuelles et de genre.

Théo utilise quatre réseaux sociaux d'images : Instagram, Snapchat, TikTok et Reddit[102] : *« là où je publie le plus je dirais sur Instagram à travers les stories voilà / euh sinon sur Reddit beaucoup je participe des fois aux discussions voilà je laisse des commentaires mais ça c'est bien parce que c'est entre guillemets anonyme fin j'ai fait mon profil etc. mais j'ai pas j'ai pas à mettre d'informations personnelles dans mon profil ».*

Théo envoie régulièrement des images à ses potes, en particulier dans le cadre d'échanges conversationnels vidéos à deux, parfois avec un groupe, via la messagerie instantanée d'Instagram (Snapchat à de moindres occasions). Malgré la connaissance du groupe de pairs concerné par l'échange, c'est dans le cadre d'interactions entre deux personnes qu'iel se sent plus à l'aise pour partager ses photos et vidéos. Comme sur Snapchat pour les autres participants, c'est l'entretien du lien dyadique qui favorise la publicisation de soi : *« j'ai un plus gros blocage quand je fais une vidéo de moi et que je l'envoie à un groupe que si c'est juste pour une personne ».*

Lorsque Théo publie certaines de ses images, ce sont surtout des images qui permettent de publiciser ses liens sociaux, ce qui est également le cas pour les autres participants utilisant Instagram : *« je prends rarement moi juste des photos de moi-même de ma tête / voilà si vraiment par exemple quand j'ai vraiment réussi un maquillage et que j'ai envie de le montrer [rire] / mais par exemple si c'est une photo avec ça peut être des photos avec mes amies et amis / genre que quelqu'un a publié dans sa story et que du coup bah moi aussi je voulais mettre ça dans la mienne / euh des petits trucs comme ça voilà quand je suis avec des amis ou genre des vidéos de moi euh en soirée ou quelque chose comme ça voilà ».*

Théo montre une grande réflexivité au sujet des assignations de genre, en particulier à propos de la masculinité dans sa forme dominante sur d'autres masculinités et sur la féminité (Connell, 2022). Les recommandations algorithmiques des réseaux sociaux qu'iel utilise et ses comportements de navigation sont ainsi particulièrement tournés vers ces sujets. Théo pense ainsi que les réseaux sociaux permettent de sensibiliser et de changer les perceptions

[102] Deux participants m'ont indiqué utiliser Reddit. Théo a été le premier. Le second est Augustin (vingt ans, Ile-de-France, étudiant en école de psychologie) également rencontré lors de la seconde phase de l'enquête. Reddit est un réseau social organisé en *subreddits*, communautés distinctes centrées sur des sujets spécifiques. Dans les *subreddits*, les utilisatrices et utilisateurs peuvent partager du contenu, le commenter et voter les *posts* et commentaires.

des jeunes. Par exemple, iel voit circuler beaucoup de *mèmes* « Chad ». Chad, *« c'est cet homme qui est ultra masculin avec des avec [inaudible] et en fait le but c'est une blague où en fait on est censé lui faire dire des choses hyper masculines pour se rendre compte à quel point en fait ça sonne c'est un peu ridicule en fait / et ça c'est quelque chose que j'ai beaucoup vu traîner sur les réseaux sociaux récemment et je pense que c'est une autre manière que les réseaux sociaux ont de un peu découvrir bah les archétypes qu'on a aujourd'hui ».*

L'entretien avec Théo m'a rappelé celui avec Alban, autre personne ayant participé à la première phase de mon dispositif méthodologique, l'enquête exploratoire (Cyrille, 2020). L'entretien s'était déroulé le 15/04/2019 au lycée B, lycée polyvalent situé dans la petite couronne de Paris, dans une petite salle située entre le Centre de documentation et d'information (CDI) et le bureau de la psychologue de l'Education nationale qui fait parfois office de permanence. Alban a alors dix-huit ans et est en terminale voie professionnelle métiers du commerce et de la vente. Dans son micro-portrait, j'écrivais (*Ibid*., p. 22) :

> Alban s'est véritablement livré au cours de l'entretien. Il m'a exprimé ses doutes et ses interrogations sur son adolescence, son orientation sexuelle et sur le fait qu'il ne se sent pas à sa place dans son lycée parce qu'il se sent différent. Il se considère comme non-binaire : « j'me considère pas comme un garçon ni comme une fille mais comme un / être humain » et soutient le mouvement lesbien, gay, bisexuel et transgenre (LGBT).

La connaissance des mouvements militants féministes et LGBT auxquels Alban exprime son engagement, son soutien en faveur des minorités sexuelles et de genre, son identification au genre non-binaire et son travail de l'apparence au sein du lycée semblent être des manifestations de distinction de genre et de sexualité mais également d'âge et surtout de classe sociale.

Dominique Pasquier (2005), à propos des cultures lycéennes, écrivait : « au lycée, la normativité est forte : sur chaque pratique individuelle pèse le regard des autres, et l'affirmation des choix ou des préférences est l'objet d'un travail de représentation sur la scène sociale » (p. 13). Alban exprime contourner les normes corporelles et vestimentaires du lycée, ce qui est mal perçu par le groupe de pairs masculin. Si iel dénonce les assignations de genre, elles sont surtout en rapport avec une masculinité socialement située et jugée illégitime (Court et Mennesson, 2015), associée à des goûts culturels dont iel se différencie : *« on n'a pas tous euh les cheveux courts ici dans le lycée hein / on est deux trois peut être mais euh c'est euh / c'est*

mal vu parce que parce que dans les cités plutôt j'dirais / c'est vrai / c'est un cliché mais c'est vrai […] / il y a de plus en plus de mecs aux cheveux longs[103] */ mais ça reste toujours du dégradé quoi sur l'côté / du dégradé du machin / et genre euh / les cheveux longs pour eux c'est les filles ».*

Ses pratiques vestimentaires changeantes : *« j'ai un style vestimentaire qui change tout le temps »*, rapportées à la période de remaniement identitaire qu'est l'adolescence, font appel également à cette classe d'âge (Mardon, 2010a) : *« en ce moment ça c'est l'adolescence / je sais pas je sais pas ce que je veux / je sais pas ce que j'aime / j'suis vraiment dans le flou de temps en temps / j'passe de / j'passe de euh / j'commence quelque chose j'veux le finir très vite / j'commence quelque chose mais j'veux vraiment y aller / à fond ».*

Alban fait une distinction de classe entre les élèves en lycée professionnel de banlieue parisienne, là où iel est scolarisé et ne se sent pas à sa place, et les élèves en voie générale à Paris, où il y a *« plus d'argent »*, qui seraient plus ouverts sur les questions de genre et de sexualité, ce qui le conduit à fréquenter régulièrement le quartier parisien du Marais : *« j'ai un pote qui habite dans le Marais / et quand je lui parle de ce qu'il se passe dans le lycée il me regarde il m'fait "wouah c'est chaud quoi" / parce que les banlieues alentours c'est à dire [cite le nom du département dans lequel se situe son lycée] / par rapport à Paris ça a rien à voir / quand tu rentres à Paris il y a de plus en plus d'argent / forcément / et euh / mais les élèves ici en pro et les élèves en général dans Paris ça a rien à voir / complètement différent ».*

Tout au long de l'entretien, Alban insiste sur sa volonté de *« sortir des cases »* et de *« se démarquer »* des autres, en particulier du groupe social des garçons (de son lycée) dont il dénonce les configurations de pratiques masculines hégémoniques (Connell, 2022) : *« j'trouve que les garçons ont trop d'emprise sur les filles et que euh / le / patriarcat / en vrai après ouais c'est dans la relation tout ce qui est genre euh le mâle alpha » ; « souvent quand les mecs dans le lycée ils embêtent une fille […] ça peut pas être des claques des poings [ce n'est pas forcément des claques ou des poings] mais ça peut être vraiment / j'ai jamais vu une fille embêter un garçon / soit elles se laissent faire / et là c'est grave / c'est très grave / ou soit elles aiment bien et là c'est pire /ou soit elles font "oh arrête" ».*

Si iel remet en question les assignations normatives de genre et de sexualité, accompagné d'un engagement militant *« j'sais pas si euh pour un garçon on peut dire féministe / genre je soutiens à fond la cause LGBT »*, la perception de la non-binarité d'Alban ne se trouve

[103] Selon Alban, cela serait dû à la présence et visibilité de rappeurs français qui ont les cheveux longs.

pas pour autant en extériorité du genre : *« on n'a pas le même sexe d'accord mais on est tous pareils / on n'a pas à faire des ben "une fille c'est ça du coup elle doit faire ça" non non / si un mec peut le faire une fille peut le faire quoi »*. Ce n'est pas la catégorie garçon qui agit comme une assignation subie, mais les normes sociales qui y sont associées. Ses propos font d'ailleurs écho aux débats théoriques féministes sur la manière de penser l'articulation entre les rapports de genre et le sexe biologique (Raz, 2021). Cela est également le cas des propos de Théo, qui définit le genre à la fois comme une « construction sociale » et comme « quelque chose d'inné », d' « instinctif » : *« c'est une construction sociale dans le sens où ça gravite beaucoup autour du fait de la manière dont les autres ouais la manière dont on est perçu dans la société / et je pense que c'est vraiment quelque chose d'inné chez nous […] c'est presque instinctif entre guillemets mais après c'est tellement abstrait ça veut dire tellement de choses pour tellement de gens »*.

L'expérience non-binaire d'Alban se déploie comme distinction par rapport aux normes de genre, très étroitement associée à une distinction de classe (Beaubatie, 2022). Alban ne s'associe pas à la féminité mais exprime une forme de masculinité distinctive de celle associée aux garçons qui fréquentent le même lycée d'une part et de celle dénoncée au sein des milieux sociaux qu'iel fréquente d'autre part. Cela, par la mise en exergue de la pluralité de la masculinité tout au long de l'entretien pour montrer sa singularité : *« un homme c'est pas forcément être viril avec une voix grave / et plein de muscles / c'est vraiment pas ça […] être un homme voilà c'est s'assumer euh / aimer ce qu'on aime et pas euh / changer pour les autres […] c'est bon euh j'ai fait les frais de faire semblant et ça sert à rien »*.

La pluralité des contextes de socialisation traversés par Alban permettent l'acquisition de dispositions masculines plurielles et dissonantes qui le rendent capable d'activer différentes dispositions selon le lieu (lycée/hors lycée) et au sein d'un même lieu (lycée) dans lequel iel se trouve (Chanteau et Le Yondre, 2020), mais également de négocier ces acquisitions parmi des groupes de pairs mixtes socialement :

> ***Note d'observation du 17/04/2019*** *:*
>
> *Hall du lycée B durant la récréation de 10H30 : je discutais avec Alban (I2) et Enzo (I13), lorsqu'Alban, qui était sur son téléphone, montre une photo publiée sur Instagram à son ami et lui dit : « elle je la baise tous les jours ». Je demande à voir la photo en question. Il s'agit d'une photo postée sur Instagram d'une fille avec un*

haut court et une forte poitrine, et d'un garçon, debout l'un à côté de l'autre (Cyrille, 2020, p. 52).

Lorsque Théo m'expose son cheminement vers la non-binarité, iel l'inscrit dans une réflexion longue, prise dans des rapports d'âge (enfance, différents temps de l'adolescence) en fonction de l'établissement scolaire fréquenté, dans des liens de sociabilité, dans un questionnement à propos des assignations de genre, en particulier dans une mise à distance de *« l'archétype du genre masculin »* : *« je me sentais pas à l'aise [sourire] à chaque fois que je devais me décrire / euuh de manière masculine en fait / à chaque fois je devais rentrer dans l'archétype du genre masculin ça me je sais pas depuis tout petit en plus je me rendais pas compte mais du coup déjà à l'école primaire c'était pas facile de se faire des amis*[104] *parce que il y avait tout le monde qui était un peu dans cet archétype de genre et ça avait l'air de pas vraiment les déranger / moi je savais pas du tout ce que c'était que tout ça mais juste je me sentais un peu à l'écart / et ça a continué pendant le collège / un peu pendant le lycée aussi mais après j'ai trouvé des gens qui étaient aussi un peu dans la même situation que moi / on s'est un peu mis ensemble on savait pas vraiment ben ce que ça voulait dire tout ça / et euuh bah c'est un peu en en explorant en me posant beaucoup de questions en ayant un ami fin une amie euh proche à moi qui a fait une transition et je me suis posé la question moi aussi sur mon genre / et euuh en me posant des questions voilà est-ce que je suis ça est-ce que je suis ça voilà au final j'ai le terme avec lequel je suis à l'aise ben c'est non binaire / je me sens mieux ».*

Pour Théo, la non-binarité de genre semble s'inscrire comme agencement (l'un et l'autre). Il s'agit de la forme la plus rencontrée par Arnaud Alessandrin (2023) auprès de jeunes non-binaires. Chez Théo, cette simultanéité s'exprime en s'éloignant de manières de penser et de faire associées à la masculinité : *« par esprit de contradiction j'ai surtout voulu me détacher des archétypes masculins / parce que c'est auxquels ben on m'a associé depuis ma naissance »* et en se rapprochant de celles associées à la féminité : *« j'ai moins de mal justement à accepter des choses plus féminines / par exemple euh bah après tout ça fait très stéréotypé mais […] par exemple la manière dont je me plains la manière dont enfin plein de petites choses comme ça euh j'ai déjà pensé à mettre des robes par exemple bon je l'ai jamais fait encore […] ça m'arrive des fois de me maquiller ».*

Alors qu'Arnaud Alessandrin (2023) distingue les deux mouvements dans ses analyses, l'agencement effectué par Théo s'entrelace à une oscillation (tantôt masculine, tantôt féminine)

[104] Employé au masculin générique.

dont la temporalité marque une « parenthèse de genre » (*Ibid.*, p. 101) : *« je me rapproche peut-être un peu plus de la féminité et je m'éloigne un peu de la masculinité mais après voilà ça dépend des jours / y'a des jours où j'ai envie de mettre des gros pantalons y'a des jours où j'ai envie d'être un peu plus féminine »* (Théo, dix-huit ans, Ile-de-France, étudiant en première année de double licence Histoire – LLCER anglais). Pour Théo comme pour Alban, les pratiques vestimentaires participent à l'inscription du genre sur et dans les corps (Court et Mennesson, 2015). Mais chez Théo plus particulièrement, elles signalent au groupe de pairs les formes d'agencement et d'oscillation de féminité et de masculinité expérimentées d'une part, et des manières d'éprouver, à la fois et par intermittence, sa masculinité et sa féminité d'autre part.

La non-binarité s'inscrit dans des réseaux de sociabilité hors ligne mais aussi en ligne. C'est pourquoi Théo a envisagé partager son expérience vécue à propos de son « *coming out* » sur le *Subreddit* « non-binaire ». Sous le regard du groupe de pairs appartenant à la même minorité de genre et à partir de l'image de son corps, Théo souhaitait questionner sa conformité et effectuer des appels à connivence. Ne partageant pas d'images de soi de manière « publique »[105] mais seulement dans le cadre de stories privées ou par message privé, iel ne le fera finalement pas : *« j'avais besoin que les gens me voient et genre me […] valident entre guillemets [sourire] fin genre parce que je me suis rendu compte il y a pas longtemps enfin il y a quelques semaines que j'étais non binaire j'en ai parlé à mes proches etc. et ça a été pas facile parce que t'as des gens qui ont un peu mal enfin tu vois pas mal agi mais qui discréditaient mon identité de genre […] et du coup j'avais envie de mettre une photo de moi dans le forum Reddit non binaire / juste pour voir ce que les gens en pensent voilà ».*

La non-binarité renvoie pour Théo et Alban au refus des assignations à la fois de genre et de sexualité : *« pour les garçons que ici / et c'est vrai / l'amitié fille-garçon / ça n'existe pas / il y aura toujours un moment euh / c'est débile / moi j'ai des millions de potes meufs c'est juste mes potes quoi c'est il y a rien »* (Alban, dix-huit ans, lycéen en classe de terminale voie professionnelle métiers du commerce et de la vente). La différenciation et la hiérarchisation entre les filles et les garçons, ainsi que parmi les garçons, de même que l'hétéronormativité, sont dénoncées : *« j'ai quasiment j'ai quasiment presque pas d'amis garçons / genre ils se comptent limite sur les doigts d'une main en fait par rapport à mes amies filles / parce que je me suis jamais reconnu dans cet archétype de la masculinité parce que déjà on pensait que j'étais gay et du coup j'ai reçu beaucoup de discriminations là-dessus alors que bah en plus*

[105] Pour reprendre sa distinction entre publications publiques et partages privés.

j'étais pas gay mais juste parce que par exemple je voulais pas jouer au football avec eux ben j'étais considéré comme presque efféminé en fait et donc homosexuel » (Théo, dix-huit ans, Ile-de-France, étudiant en première année de double licence Histoire – LLCER anglais).

Alexandre Jaunait (2023, p. 66) désigne par « conscience de genre » un espace commun dans lequel le genre ne cesse de bouger et de se reformuler. Il ne considère pas le genre comme une catégorie analytique partagée, car elle ne l'est pas. La définition et sa contestation sont constitutives du genre, y compris par les recherches féministes rappelle Térésa De Lauretis en 1987 (traduit en français en 2007 pour la première édition puis en 2023). Les rapports de genre sont multiples, incluant diverses pratiques et définitions par les acteurs sociaux interrogés. Pour autant, le genre en tant que structure sociale binaire reste structurant au sein de ces rapports car, « si on lui résiste quotidiennement, il résiste bien, lui aussi » (Jaunait, 2023, p. 69). Les réflexions d'Alexandre Jaunait (2023) montrent à quel point le genre est une dynamique traversée par des pratiques, des définitions qui sous-tendent des conditions, un cadre normatif, des rapports de pouvoirs, des tensions, des tentatives de déconstruction qui affectent sa construction, bref une institution au sens de l'Analyse institutionnelle (AI). Le genre vit, change et module à la fois.

Ainsi, le genre, en tant que système de bicatégorisation, reste structurant dans la « conscience de genre » (*Ibid.*, p. 66) exprimée par Théo et Alban. La non-binarité s'inscrit dans cette division binaire et compose avec elle, reposant avant tout sur une critique de la masculinité (Beaubatie, 2022). Alban montre une variabilité de mise en œuvre de dispositions masculines répondant d'abord à des logiques de classe sociale. Théo, selon une temporalité propre, s'appuie sur des dispositions féminines stéréotypées pour s'éloigner de sa socialisation masculine et se distinguer de sa forme dominante. Deux non-binarité qui se confrontent aux rapports de pouvoirs constitués par le genre et la sexualité selon les contextes dans lesquels iels se trouvent.

Conclusion de la troisième partie

La technicité des participants transparait dans le vocabulaire spécifique aux pratiques socionumériques liées à la capture et au partage d'images sur les réseaux sociaux, de même qu'à celui spécifique à chaque réseau social. Les participants montrent une maitrise du vocabulaire de chaque réseau social utilisé et de ses spécificités. Ils mettent en avant la forte normativité des réseaux sociaux en termes de présentation de soi, renforcées par des dimensions

techniques mais partagent également des situations de contournement impliquant différents degrés de publicisation et modalités relationnelles.

Le groupe de pairs de chacun des participants présente un entrelacement de cercles sociaux. Le sens d'une image varie en fonction du destinataire prévu et du support de partage utilisé (Lachance, 2016a). Les affordances de Snapchat en font un réseau social qui favorise l'entretien des liens forts. En effet, lorsque des images éphémères de soi sont partagées sur Snapchat, peu d'abonnées et abonnés sont concernés et elles prennent un sens conversationnel. Les échanges s'effectuent avec « des personnes choisies et intimes ». « Contrairement aux [images] destinées à un public élargi, elles s'efforcent de montrer la personne sous son visage le plus 'vrai', le plus 'authentique' » (Lachance, 2016a, p. 134). L'humour, considéré comme une disposition masculine, est également une des caractéristiques de ces images, renforce les liens amicaux.

Les standards esthétiques des images sur Instagram et les nombreux liens faibles contraignent les participants dans leurs publications. Une sélection de l'image et de son mode de partage s'opèrent alors pour se montrer sous son meilleur jour. Comme pour les filles, les garçons expriment la règle tacite selon laquelle on ne publie pas de « mauvaises photos » (Tony, dix-sept ans, Guadeloupe, lycéen en classe de terminale voie générale) sur Instagram, on se met en valeur. Mais ils expriment une différenciation marquée par le genre et l'hétéronormativité dans l'embellissement de soi.

Le travail de l'apparence est bien un analyseur faisant apparaitre les réseaux sociaux comme des espaces institutionnalisés de (re)production des rapports de genre et de sexualité où se déploient des ordres distinctifs, asymétriques et complémentaires. Lorsque les filles et les garçons capturent et publient des images d'eux sur les réseaux sociaux, ils capturent et publient également des pratiques sociales qui sous-tendent des rapports de pouvoir liés au corps, au genre, à la sexualité, etc. reproduits dans le monde physique. C'est le cas du contrôle du corps et de la sexualité des femmes. Les réseaux sociaux ne fonctionnent pas comme un vase clos mais en écho à des mouvements, phénomènes, problèmes sociaux déjà existants. Ainsi, ils orientent et représentent la manière dont est pensé le monde dans une société donnée.

Conclusion générale

C'est auprès de garçons âgés de quinze à vingt ans que j'ai interrogé le travail de l'apparence masculin juvénile sur les réseaux sociaux d'images. En enquêtant d'abord par une immersion en ligne, selon une démarche désormais qualifiée de (n)ethnographique, ainsi que par des entretiens à visée compréhensive individuels puis collectifs en présence ou à distance, je souhaitais comprendre la production et la publication d'images de soi par les garçons. Ma recherche a ainsi porté sur des pratiques allant de la capture au partage d'images en passant par leur édition. En associant les garçons, j'ai pu approcher le regard qu'ils portent sur la production d'images de soi en interaction avec leurs groupes de pairs.

Les participants montrent un travail de l'apparence différencié selon le réseau social utilisé, selon ses affordances, les destinataires identifiés parmi le groupe de pairs et ce qu'ils souhaitent publiciser. Snapchat est perçu comme le réseau social caméra, qui incite à capturer des images instantanées et éphémères pour les partager avec ses liens forts dans un rapport dyadique par le biais du *chat*. Les participants s'en saisissent pour échanger des images humoristiques afin de renforcer leurs relations amicales. Instagram est identifié comme le réseau social vitrine qui présente des images de soi esthétiques à un cercle de sociabilité plus large comprenant de nombreux liens faibles. Les garçons préfèrent alors être spectateurs des images partagées, dont celles des filles, qui selon eux reproduisent l'esthétique attendu dans la manière même de disposer de leur corps. Les images publiées sur Instagram par eux sont pour beaucoup des images de groupe ou qui les présentent en activité. Les normes de présentation esthétique de soi sont prises en compte lorsque l'image à publier est sélectionnée mais des stratégies de contournement sont également rapportées par certains. Celles-ci montrent alors la maitrise des affordances perçues concernant le degré de publicisation de l'image et le format relationnel privilégié. La confrontation aux normes de présentation de soi les plus contraignantes et/ou le partage d'images de soi dans un cercle restreint témoignent de la mobilisation de dispositions masculines localement pertinente par les participants dans la négociation opérée au sujet de leur identité sociale sous le regard du groupe de pairs.

« Le choix des images publiées, la manière dont elles sont qualifiées et transformées et les contextes dans lesquels elles sont partagées et commentées sont loin d'être neutres » (Bolka-Tabary, 2022, p. 126). Le travail de l'apparence masculin juvénile sur les réseaux sociaux d'images est une pratique de genre, de sexualité, d'âge, de classe parce qu'il implique différents degrés de technicité, des liens de sociabilités qui s'entrelacent à ceux développés hors ligne,

des dispositions masculines mobilisées dans la capture et la publication d'images de soi, ainsi que des rapports de pouvoir autour de la visibilité du corps féminin et masculin.

Si les rapports de genre avaient déjà été identifiés au sein du travail de l'apparence des participants sur les réseaux sociaux lors de l'enquête exploratoire, l'étude de leur manifestation en rapport avec d'autres propriétés sociales a été plus saillante au fur et à mesure de la recherche. Le caractère hétéronormatif du travail de l'apparence des garçons et des filles a ainsi été particulièrement prégnant dans les discours des participants. C'est surtout le corps féminin qui constitue un outil de séduction hétérosexuelle, subissant alors des injonctions paradoxales autour de sa visibilité. L'étude du travail de l'apparence sur les réseaux sociaux d'images au prisme du genre rappelle que le corps et la sexualité féminines sont toujours étroitement surveillés. La publicisation du corps féminin est rapportée à la sexualité supposée de la fille et au regard des garçons. Ainsi, « la sexualisation du corps fait [toujours] partie de la définition dominante de la féminité » (Ghigi, 2021, p. 88).

Bilan personnel et académique

Cette recherche m'a conduite à interroger mes propres représentations d'adulte, en tenant compte du décalage générationnel qui existe entre les participants et moi-même, une dizaine d'années nous séparant. Cet écart m'a confronté à une forme d'altérité, dans la mesure où mon expérience des réseaux sociaux diffère de la leur. Si mon questionnement initial portait sur ma propre utilisation des réseaux sociaux, les plateformes et leurs fonctionnalités liées aux images ont considérablement évolué depuis. Cependant, j'ai pu identifier dans les discours des participants des préoccupations similaires aux miennes concernant le degré de publicisation des images et les destinataires visés. Néanmoins, cette enquête m'a également beaucoup appris sur la manière dont ces jeunes produisent leurs images : avec qui ils sont lors de la capture, avec qui ils échangent ces images, sur quels réseaux sociaux et sous quels formats.

J'ai également beaucoup appris sur la manière dont ils perçoivent le travail de l'apparence des filles. La reconduction, par eux, de l'association des femmes à un corps et à ses régimes de visibilité illustre la persistance des hiérarchies liées au genre et à la sexualité, ainsi que leur reproduction sur les réseaux sociaux d'images. Bien que certains évoquent la construction sociale du genre et aient dans leur fil d'actualité des publications qui relaient des idées féministes, une essentialisation des rapports de genre persiste, notamment à travers la position spectatoriale féminine et l'hostilité entre filles. Ces contradictions, dans lesquelles je suis parfois moi-même prise sans en être pleinement consciente malgré une approche critique

des rapports de genre, révèlent la fragilité de cette posture réflexive. Les contextes sociaux peuvent en effet laisser croire que ces rapports sont moins prégnants selon les milieux, alors qu'ils demeurent omniprésents. C'est précisément pour cette raison qu'il est essentiel d'étudier les rapports de genre en étant au plus près des individus et à partir de leurs perceptions.

D'un point de vue méthodologique, j'ai appris à conduire une enquête auprès de jeunes. Les « barrières de protection » (Monceau et Soulière, 2017, p. 5) qui entourent les jeunes et peuvent compliquer la faisabilité de la recherche ne sont pas exclusivement érigées par les institutions qu'ils fréquentent. C'est le cas lorsqu'un établissement scolaire impose des démarches administratives préalables avant le lancement de l'enquête par exemple. Ces barrières peuvent être également dressées par les jeunes eux-mêmes, y compris sur les réseaux sociaux. J'ai découvert qu'il y a une grande part de négociation dans la relation d'enquête, et que celle-ci ne se limite pas à la recherche de participants, mais se poursuit tout au long du terrain, y compris avec les *gatekeepers*. Cette dynamique peut parfois être décourageante, mais elle m'a permis de comprendre à quel point la recherche est façonnée par les relations sociales, et donc par des rapports de pouvoir (Pereira, 2017). On ne mène jamais une recherche en étant isolée ou isolé, même si l'on n'intègre pas explicitement sa dimension collaborative. Ces relations révèlent également des aspects importants de notre objet, de notre terrain et de notre méthodologie. De plus, les interactions au sein du milieu académique ont également influencé mes réflexions, notamment à travers les échanges avec mon directeur de thèse, les enseignantes-chercheuses et enseignants-chercheurs, ainsi que les autres doctorantes et doctorants lors de séminaires ou de conférences en France et à l'étranger, en particulier en Angleterre. Tout cela a contribué à des déplacements dans ma posture de chercheuse.

Limites

La perspective de genre a été la focale prise dès le début de ma recherche, notamment en travaillant à partir du concept de travail de l'apparence (Perrot, 1984). Comme d'autres travaux antérieurs (Le Renard, 2010 ; Stevanovic, 2014), j'ai pu cependant observer la reproduction d'une vision binaire de la réalité sociale étudiée au sein même de mon dispositif méthodologique, quand bien même je voulais l'éviter. Pour exemple, j'ai été amené à reconsidérer une question de mon guide d'entretien individuel : « Comment sont les publications des filles sur les réseaux sociaux ? Sont-elles différentes de celles des garçons ? ». Bien que des participants distinguent d'eux-mêmes le travail de l'apparence des filles de celui des garçons, je me suis un temps demandé si cette question n'induisait pas une stricte binarité

de genre. Interroger la différence ne serait-il pas créer de la différence ? Cela va être un de mes intérêts méthodologiques pour les recherches à venir : comment explorer la diversité des expressions de genre sans les enfermer dans une dichotomie fille/garçon ?

Même si cette technique a été pertinente pour pénétrer le milieu d'interconnaissance que constituent les réseaux sociaux d'images, le recours à des entremetteuses n'a pas toujours abouti à une acceptation de la part des potentiels participants approchés par elles. En effet, certains garçons ont pu ressentir une pression implicite ou explicite à participer en raison de la médiation féminine, ce qui a pu influencer leur engagement ou même les inciter à refuser de participer à ma recherche. Cela est arrivé lorsque l'entremetteuse représentait une figure d'autorité comme la mère ou la grande sœur mais également lorsqu'il s'agissait d'une amie.

Les pratiques sur les réseaux sociaux d'images évoluent rapidement, tout comme les plateformes elles-mêmes. Il est donc possible que les comportements observés soient déjà en train de changer, ce que j'ai pu observer entre mon enquête exploratoire et celle conduite durant mon doctorat, notamment avec l'apparition de TikTok et le développement de la vidéo courte au format vertical. En revanche, les modes de sociabilités et la distinction liens forts liens faibles opérés hors ligne se poursuivent en ligne, tout en tenant compte des nouvelles affordances de chacun des réseaux sociaux utilisés.

Perspectives de recherche

Au cours de ma recherche doctorale, plusieurs découvertes théoriques et méthodologiques sont venues enrichir les interprétations faites à l'issu de l'enquête exploratoire et l'agencement de mon dispositif méthodologique lors des seconde et troisième phases. L'analyse du matériau empirique recueilli, qui s'est poursuivie au cours de la rédaction de ce mémoire, a ouvert de nouvelles perspectives de recherche.

D'abord, celle de la technicité. Ce résultat a émergé au cours de l'enquête et m'a conduite à être plus attentive aux mots utilisés par les participants lors de l'explicitation de leurs pratiques socionumériques autour des images connectées et de leurs perceptions des affordances des réseaux sociaux. Les algorithmes et les discours marketing tenus par les entreprises ont été peu voire pas du tout abordés, m'interrogeant alors sur un niveau institutionnel plus large. De quelle manière ces algorithmes et ces discours reconduisent-ils les rapports de genre ? Comment traitent-ils la question de la visibilité du corps féminin ?

Par ailleurs, le point de vue des participants sur le travail de l'apparence des filles m'invite à revenir sur le terrain auprès des filles pour interpréter les discours des garçons. Perçoivent-elles cette prégnance du corps et de la séduction hétérosexuelle ? Comment gèrent-elles les injonctions paradoxales autour de leur corps sur les réseaux sociaux ? Rapportent-elles cela à des dispositions féminines préexistantes hors ligne ? Recourent-elles à des stratégies et à quelles conditions ?

Ce changement de population d'enquête conduirait également à des interrogations d'ordre méthodologique. Faire de la recherche en terrain familier peut autant donner du crédit à sa présence que venir occulter les réalités sociales vécues par les jeunes filles interrogées. Cela pose aussi la question de comment m'y prendre pour les approcher. Faire « l'hypothèse d'une 'complicité' de genre » (Rivoal, 2020, p. 111) avec les participantes, c'est prendre le risque de ne pas accéder au terrain parce qu'il est possible que les réseaux sociaux d'images utilisés fonctionnent selon les mêmes liens de sociabilités que les garçons, ou selon d'autres mais érigeant tout autant les barrières de protection dont je parlais précédemment.

Bibliographie générale

Alessandrin, A. (2023). Les catégories de genre à l'épreuve de la non-binarité. Dans P. Lemarchand et M. Salle (dir.), *Qu'est-ce qu'une femme ? Catégories homme/femme : débats contemporains* (p. 93-106). Éditions Matériologiques.

Allard, L. (2021). D'une boucle l'autre, TikTok et l'algo-ritournelle : performer entre rage et ennui en temps de pandémie. Dans A. Guilet et C. Melin (dir.), *Quand le téléphone connecté se fait des films*. LLSETI Université Savoie Mont Blanc et ESAD Pyrénées. Quand le téléphone connecté se fait des films | D'une boucle l'autre, TikTok et l'algo-ritournelle: performer entre rage et ennui en temps de pandémie (esad-pyrenees.fr)

Amsellem-Mainguy, Y. et Vuattoux, A. (2020). *Les jeunes, la sexualité et internet.* Éditions Les Pérégrines.

Amsellem-Mainguy, Y. et Vuattoux, A. (2021). Exposition de soi et de « sa » sexualité à l'adolescence : pratiques, normes et représentations. Dans O. Martin et É. Dagiral (dir.), *Les liens sociaux numériques* (p. 51-72). Armand Colin. https://doi-org/10.3917/arco.marti.2021.01.0051

Ardoino, J (2000). *Les Avatars de l'éducation. Problématiques et notions en devenir*. Presses Universitaires de France.

Avanza, M., Fillieule, O. et Masclet, C. (2015). Ethnographie du genre. Petit détour par les cuisines et suggestions d'accompagnement. *SociologieS,* 1-25. https://doi-org/10.4000/sociologies.5071

Bacqué, M. et Demoulin, J. (2022). La recherche au défi de la participation. L'expérience de la recherche « Les quartiers populaires au prisme de la jeunesse ». *Sociologie, 13*(3), 297-315. http://journals.openedition.org/sociologie/10549

Balleys C. (2016). « Nous les mecs ». La mise en scène de l'intimité masculine sur YouTube. Dans É. Dagiral et O. Martin (dir.), *L'ordinaire d'internet : le web dans nos pratiques et relations sociales* (p. 182-202). Armand Colin.

Balleys, C. (2017a). L'incontrôlable besoin de contrôle. Les performances de la féminité par les adolescentes sur YouTube. *Genre, sexualité et société*, (17), 1-23. https://doi.org/10.4000/gss.3958

Balleys, C. (2017b). L'adolescent et les médias sociaux. Dans Duverger, P. (dir.), *Troubles psychiques et comportementaux de l'adolescent* (p. 67-75). Lavoisier. https://doi.org/10.3917/lav.duver.2017.01.0067

Balleys, C. (2023). Le temps des followers. *Sciences Humaines, 6*(359), 44-45. https://doi-org/10.3917/sh.359.0044

Balleys, C. et Coll, S. (2015). La mise en scène de la vie privée en ligne par les adolescents. *RESET*, (4), 1-18. https://doi.org/10.4000/reset.547

Barbillon, E. et Le Roy, J. (2012). *Petit manuel méthodologique de l'entretien de recherche : de la problématique à l'analyse*. Enrick B. Editions.

Barker, J. (2020). Making-up on mobile: The pretty filters and ugly implications of Snapchat. *Fashion, Style et Popular Culture, 7*(2-3), 207 – 221. https://doi.org/10.1386/fspc_00015_1

Barrelet, C. (2017). Sentiments de rater sur un terrain ethnographique : de la « prise » à la « reprise ». *SociologieS*, 1-11. https://doi-org/10.4000/sociologies.6135

Baudry, K. (2021). Prévention au risque prostitutionnel à l'adolescence en milieu scolaire. *Enfances et Psy, 4*(92), 79-87. https://doi-org/10.3917/ep.092.0079

Beaubatie, E. (2022). Aux frontières du genre. Non-binarité et transformations de l'ordre sexué. *Monde Commun, 7*(2), 32-47. https://hal.science/hal-0388987

Beaud, S. (1996). L'usage de l'entretien en sciences sociales. Plaidoyer pour l'« entretien ethnographique ». *Politix, 9*(35), 226-257. https://doi.org/10.3406/polix.1996.1966

Beaud, S. et Weber, F. (2010). *Guide de l'enquête de terrain : produire et analyser des données ethnographiques* (4e édition). La Découverte.

Beaud, S. et Weber, F. (2012). Le raisonnement ethnographique. Dans S. Paugam (dir.), *L'enquête sociologique* (p. 225-246). Presses universitaires de France.

Bennett, K. (2007). Galileo's Revenge: Ways of Construing Knowledge and Translation Strategies in the Era of Globalization. *Social Semiotics, 17*(2), 171–193. https://doi.org/10.1080/10350330701311470

Benquet, M. et Trachman, M. (2009). Actualité des échanges économico-sexuels. *Genre, sexualité & société*, (2), 1-8 https://doi-org/10.4000/gss.1234

Bergström, M. (2012). Nouveaux scénarios et pratiques sexuels chez les jeunes utilisateurs de sites de rencontres. *Agora débats/jeunesses*, *1*(60), 107-119. https://doi-org/10.3917/agora.060.0107

Bergström, M. (2019). *Les nouvelles lois de l'amour : Sexualité, couple et rencontres au temps du numérique*. La Découverte.

Bergström, M. (2021). Internet. Dans J. Rennes (dir.), *Encyclopédie critique du genre* (p. 394-402). La Découverte. https://doi.org/10.3917/dec.renne.2021.01.0394

Bertrand, J., Court, M., Mennesson, C. et Zabban, V. (2015). Introduction. Socialisations masculines, de l'enfance à l'âge adulte. *Terrains & travaux*, *5*(27), 5-19. https://doi-org/10.3917/tt.027.0005

Beuscart, J., Cardon, D., Pissard, N. et Prieur, C. (2009). Pourquoi partager mes photos de vacances avec des inconnus : Les usages de Flickr. *Réseaux*, *2*(154), 91-129. https://doi.org/10.3917/res.154.0091

Bidart, C. (1997). Parler de l'intime : les relations de confidence. *Mana : revue de sociologie et d'anthropologie*, (3), 19-55. Parler de l'intime: les relations de confidence (hal.science)

Bidart, C. (2010). Les âges de l'amitié : cours de la vie et formes de la socialisation. *Transversalités*, *1*(113), 65-81. https://doi-org/10.3917/trans.113.0065

Bishop, S. (2018). Anxiety, panic and self-optimization: Inequalities and the YouTube algorithm. *Convergence*, *24*(1), 69-84. https://doi.org/10.1177/1354856517736978

Blanchet, A. et Gotman, A. (2015). *L'entretien* (nouvelle présentation). Armand Colin.

Bolka-Tabary, L. (2022). Explorer la dimension visuelle des pratiques numériques. *Socio-anthropologie*, (45), 125-138. https://doi-org.bibdocs.u-cergy.fr/10.4000/socio-anthropologie.11317

Boni-Le Goff, I. (2021). Corps légitime. Dans J. Rennes (dir.), *Encyclopédie critique du genre* (p. 184-195). La Découverte.

Bourdieu, P. (1979). *La Distinction : critique sociale du jugement*. Les Editions de minuit.

Boyadjian, J. (2020). Désinformation, non-information ou sur-information : Les logiques d'exposition à l'actualité en milieux étudiants. *Réseaux*, *4*(222), 21-52. https://doi-org/10.3917/res.222.0021

Braizaz, M., Toffel, K., Tawfik, A. et Longchamp, P. (2020). Montrer son corps, parler de son sport : Usages de la photo elicitation auprès d'ex-sportives et ex-sportifs de haut-niveau. *Staps*, *3*(129), 99-115. https://doi.org/10.3917/sta.129.0099

Brohm, J.-M. (2001). *Le corps analyseur : essais de sociologie critique*. Anthropos.

Bruna, Y. (2020). Snapchat à l'adolescence : Entre adhésion et résistances. *Réseaux, 4*(222), 139-164. https://doi-org/10.3917/res.222.0139

Buscatto, M. (2010). *La fabrique de l'ethnographe : dans les rouages du travail organisé*. Octarès éd.

Buscatto, M. (2019). *Sociologies du genre*. Armand Colin.

Butler, J. (2005). *Trouble dans le genre : le féminisme et la subversion de l'identité* (traduit par Cynthia Kraus). La découverte.

Cahill, A. J. (2003). Feminist Pleasure and Feminine Beautification. *Hypatia, 18*(4), 42-64. https://doi.org/10.1111/j.1527-2001.2003.tb01412.x

Calzolaio, C., Delaine, E., Denoun, M., Dupuy, A., Lamotte, M., Naepels, M. et Pieroni, A. (2019). De l'enquête ethnographique au texte de recherche. Un atelier d'écriture. *ethnographiques.org*, (37), 1-16. https://doi.org/10.25667/ethnographiques/2019-37/009

Cardon, D. (s. d.). Blog. Dans *Encyclopædia Universalis*. https://www.universalis-edu.com/encyclopedie/blog/2-sociographie-des-blogueurs/

Cardon, D. et Delaunay-Téterel, H. (2006). La production de soi comme technique relationnelle : Un essai de typologie des blogs par leurs publics. *Réseaux, 4*(138), 15-71. https://www.cairn.info/revue--2006-4-page-15.htm

Cardon, D. et Smoreda, Z. (2014). *Réseaux* et les mutations de la sociabilité. *Réseaux*, 2-3(184-185), 161-185. https://doi-org/10.3917/res.184.0161

Carof, S. (2021). *Grossophobie : sociologie d'une discrimination invisible*. Éditions de la Maison des sciences de l'homme.

Casilli, A. (2010). *Les Liaisons numériques : Vers une nouvelle sociabilité ?*. Le Seuil.

Casilli, A. (2015). Digital labor : travail, technologie et conflictualités. Dans D. Cardon et A. Casilli, *Qu'est-ce que le digital labor ?* (p. 8-40). INA éditions.

Casilli, A. (2019). *En attendant les robots : Enquête sur le travail du clic*. Le Seuil.

Cefaï, D. (2010). Introduction. L'engagement ethnographique. Dans D. Cefaï (dir.), *L'engagement ethnographique* (p. 7-21). Éditions de l'École des hautes études en sciences sociales.

Cervulle, M. et Clair, I. (2017). Lire entre les lignes : le féminisme matérialiste face au féminisme poststructuraliste. *Comment s'en sortir ?*, (4), 1-22. https://univ-paris8.hal.science/hal-02536177

Cervulle, M. et Testenoire, A. (2012). Du sujet collectif au sujet individuel, et retour : Introduction. *Cahiers du Genre, 2*(53), 5-17. https://doi.org/10.3917/cdge.053.0005

Chanteau, C. et Le Yondre, F. (2020). Pluralité et variabilité des masculinités chez des garçons au collège. *Genre Éducation Formation*, (4), 1-16. https://doi-org/10.4000/gef.509

Clair, I. (2012). Le pédé, la pute et l'ordre hétérosexuel. *Agora débats/jeunesses, 1*(60), 67-78. https://doi-org/10.3917/agora.060.0067

Clair, I. (2013). Pourquoi penser la sexualité pour penser le genre en sociologie : Retour sur quarante ans de réticences. *Cahiers du Genre, 1*(54), 93-120. https://doi-org/10.3917/cdge.054.0093

Clair, I. (2016a). Faire du terrain en féministe. *Actes de la recherche en sciences sociales, 3*(213), 66-83. https://doi-org/10.3917/arss.213.0066

Clair, I. (2016b). La sexualité dans la relation d'enquête : Décryptage d'un tabou méthodologique. *Revue française de sociologie, 57*(1), 45-70. https://doi.org/10.3917/rfs.571.0045

Connell, R. (2022). *Masculinités : enjeux sociaux de l'hégémonie* (nouvelle édition). Editions Amsterdam.

Cordier, A. (2020). Déconstruire le mythe des digital natives, et au-delà. Cheminements théoriques et méthodologiques. Dans S. Jehel et A. Saemmer (dir.), *Éducation critique aux médias et à l'information en contexte numérique* (p. 233-245). Presses de l'Enssib.

Corroy, L. et Jehel, S. (2019). 5e rapport de l'Observatoire des pratiques numériques des adolescents en Normandie : Les relations affectives des adolescents et les réseaux socionumériques - Volume 2. Enquête qualitative auprès des adolescents. observatoire2019-2.pdf (educationauxecrans.fr)

Couchot-Schiex S. et Latourès A. (2016). *Cybersexisme chez les adolescent-e-s (12-15 ans). Étude sociologique dans les établissements franciliens de la 5e à la 2nde, Rapport de recherche.* https://www.centre-hubertine-auclert.fr/sites/default/files/fichiers/synthese-etude-cybersexisme-cha-web.pdf

Couchot-Schiex, S. et Richard, G. (2020). Cybersexisme : un nouveau phénomène de socialisation adolescente par les outils du numérique ? Dans S. Jehel et A. Saemmer (dir.), *Éducation critique aux médias et à l'information en contexte numérique* (p. 37-51). Presses de l'Enssib.

Court, M. (2010). La socialisation des filles au travail de l'apparence. *Diversité*, (160), 30-35. https://doi.org/10.3406/diver.2010.3242

Court, M. et Mennesson, C. (2015). Les vêtements des garçons : Goûts et dégoûts parentaux au sein des classes moyennes. *Terrains et travaux, 2*(27), 41-58. https://doi-org/10.3917/tt.027.0041

Coutant, A. (2021). Langage. Dans J. Rennes (dir.), *Encyclopédie critique du genre* (p. 415-425). La Découverte. https://doi.org/10.3917/dec.renne.2021.01.0415

CREDOC. (2024). Baromètre du numérique. ANCT_2024_Baromètre du numérique 2023_Etude CREDOC.pdf (agence-cohesion-territoires.gouv.fr)

Cwynar-Horta, J. (2016). The commodification of the body positive movement on Instagram. *Stream: interdisciplinary journal of communication, 8*(2), 36-56. https://doi.org/10.21810/strm.v8i2.203

Cyrille, C. (2018). *Réseaux sociaux & mise en scène du corps de l'adolescente*. Mémoire de master non publié, CY Cergy Paris Université, INSPE de l'académie de Versailles.

Cyrille, C. (2020). *Points de vue des adolescents garçons sur le « travail de l'apparence » sur les réseaux sociaux : « Les garçons c'est plus ils exhibent leurs biens […] Les filles c'est leur corps »*. Mémoire de master, CY Cergy Paris Université, INSPE de l'académie de Versailles. Points de vue des adolescents garçons sur le « travail de l'apparence » sur les réseaux sociaux - DUMAS - Dépôt Universitaire de Mémoires Après Soutenance (cnrs.fr)

Darmon, M. (2016). *La socialisation* (3ème édition). Armand Colin.

David, G. (2017). Les images mobiles et leur acceptation sociale : un processus long de dix ans. *Communication & langages, 4*(194), 67-74. https://doi-org/10.3917/comla.194.0067

David, G., et Cambre, C. (2016). Screened Intimacies: Tinder and the Swipe Logic. *Social Media + Society, 2*(2), 1-11. https://doi.org/10.1177/2056305116641976

De Lauretis, T. (2023). *Théorie queer et cultures populaires. De Foucault à Cronenberg* (nouvelle édition). La Dispute.

de Saint Martin, C., Figueira, C. et Kasper, M. (2024). Pourquoi un lexique de socio-clinique institutionnelle ? Dans C. de Saint Martin (coord.), *Lexique de socio-clinique institutionnelle*. https://lexiquesci.hypotheses.org/

Déage, M. (2018). S'exposer sur un réseau fantôme : Snapchat et la réputation des collégiens en milieu populaire. *Réseaux, 2-3*(208-209), 147-172. https://doi.org/10.3917/res.208.0147

Déage, M. (2023). *A l'école des mauvaises réputations : les relations entre élèves et leurs risques à l'ère du numérique*. PUF.

Delaunay-Téterel, H. (2010). L'affichage public des amitiés : Le blog au lycée. *Ethnologie française, 1*(40), 115-122. https://doi-org/10.3917/ethn.101.0115

Delphy, C. (2013). *L'ennemi principal. 1. Économie politique du patriarcat* (3ème édition). Éditions Syllepse.

Despontin Lefèvre, I. (2019). Féminisme et genre en débat sur Youtube. *Politiques de communication, 2*(13), 31-66. https://doi.org/10.3917/pdc.013.0031

Despontin Lefèvre, I. (2023). Négocier sa position en et hors ligne en terrain féministe. *Communication, 40*(2). https://doi.org/10.4000/communication.18019

Devars, T. (2019). YouTube. Dans P. Escande-Gauquié et B. Naivin (dir.), *Comprendre la culture numérique* (p. 209-215). Dunod.

Dizerbo, A. (2016). *Facebook, snapchat* : instances de biographisation partagée. *Le sujet dans la cité*, 1(5), 129-142. https://doi-org/10.3917/lsdlc.hs05.0129

Duchesne, S. (2000). Pratique de l'entretien dit « non-directif ». Dans M. Bachir (dir), *Les méthodes au concret. Démarches, formes de l'expérience et terrains d'investigation en science politique* (p.9-30). PUF.

Duchesne, S. et Haegel, F. (2008). *L'enquête et ses méthodes : l'entretien collectif*. Armand Colin.

Dupin, N. (2019). De la cour du lycée aux médias sociaux : une étude qualitative des rôles des pairs adolescents, en ligne et en présentiel. Dans J. Lachance, *Accompagner les ados à l'ère du numérique* (p. 147-173). Hermann et Presses de l'Université Laval.

Ebongué, A. (2021). *Génération TikTok : Un nouvel eldorado pour les marques*. Dunod.

Escande-Gauquié, P. et Jeanne-Perrier, V. (2017). Le partage photographique : le régime performatif de la photo. *Communication et langages, 4*(194), 21-27. https://doi-org/10.4074/S0336150017014028

Fluckiger, C. (2010). Blogs et réseaux sociaux, outils de la construction identitaire adolescente ?. *Diversité*, (162), 38-43. www.persee.fr/doc/diver_1769-8502_2010_num_162_1_8120

Fluckiger, C. (2016). Les étudiants sont-ils des natifs numériques ?. Dans O. Martin et É. Dagiral (dir.), *L'ordinaire d'internet: Le web dans nos pratiques et relations sociales* (p. 140-160). Armand Colin.

Fluckiger, C. (2021). Devenir étudiant, quels liens sociaux pour entrer dans une technicité numérique à l'université ?. Dans O. Martin et É. Dagiral (dir.), *Les liens sociaux numériques* (p. 159-177). Armand Colin. https://doi-org/10.3917/arco.marti.2021.01.0159

Fluckiger, C. (2023). Le numérique à l'école et les usages numériques des élèves. Dans C. Roellens et C. Pélissier (dir.), *Ethique, numérique et idéologies* (p. 95-112). Presses des Mines.

Galerand, E. et Kergoat, D. (2012). Le potentiel subversif du rapport des femmes au travail. Dans D. Kergoat, *Se battre, disent-elles…* (p. 265-283). La Dispute.

Gallant, N. (2013). Regard sur… le rôle du regard d'autrui dans la construction identitaire des jeunes. Dans N. Gallant et A. Pilote (dir.), *La construction identitaire des jeunes* (p. 211-230). Les presses de l'université de Laval.

García-Gómez, A. (2017). Teen girls and sexual agency: exploring the intrapersonal and intergroup dimensions of *sexting*. *Media, Culture et Society*, *39*(3), 391-407. https://doi.org/10.1177/0163443716683789

Gavarini, L. (1986). L'intervention assommoir. Dans J. Feldman, et F. Laborie (dir.), *Le sujet et l'objet : implications*. Éditions du CNRS.

Geers, A. (2022). Faire des images de soi sur Instagram pour négocier les normes de genre. *Éducation et Sociétés*, 47, 99-114. https://doi.org/10.3917/es.047.0099

Ghigi, R. (2021). Beauté. Dans J. Rennes (dir.), *Encyclopédie critique du genre* (p. 84-94). La Découverte.

Glevarec, H. (2010). *La culture de la chambre*. Ministère de la Culture - DEPS.

Goffman, E. (1973). *La mise en scène de la vie quotidienne. 1. La présentation de soi* (traduit par Alain Accardo). Les Éditions de minuit.

Granovetter, M. S. (1973). The Strength of Weak Ties. *American Journal of Sociology, 78*(6), 1360-1380. granovetter73weakties.pdf (stanford.edu)

Grossetti, M. (2014). Que font les réseaux sociaux aux réseaux sociaux : Réseaux personnels et nouveaux moyens de communication. *Réseaux, 2-3*(184-185), 187-209. https://doi-org/10.3917/res.184.0187

Guigue-Durning, M. (1995). *Les mémoires en formation. Entre engagement professionnel et construction de savoirs*. L'Harmattan.

Guillaumin, C. (1992). *Sexe, Race et Pratique du pouvoir. L'idée de nature*. Éditions côté-femmes.

Guillier, D. (2003). L'analyse des implications dans les pratiques socianalytiques : celles de l'analyste ou/et celles de son client ?. *L'Homme & la Société*, 147, 35-53. https://doi.org/10.3917/lhs.147.0035

Guillier, D. et Samson, D. (1997/1998). Implication : des discours d'hier aux pratiques d'aujourd'hui. *Les Cahiers de l'implication*, (1), 73-84.

Guionnet, C. et Neveu, É. (2021). *Féminins / Masculins : Sociologie du genre*. Armand Colin.

Gunthert, A. (2014). L'image conversationnelle : les nouveaux usages de la photographie numérique. *Etudes photographiques*, (31), 55-71. http://journals.openedition.org/etudesphotographiques/3387

Gunthert, A. (2015). *L'image partagée : la photographie numérique*. Editions Textuel.

Hall, M. et Hearn, J. (2019). Revenge pornography and manhood acts: a discourse analysis of perpetrators' accounts. *Journal of Gender Studies, 28* (2), 158-170. https://doi.org/10.1080/09589236.2017.1417117

Haraway, D. (2007). *Manifeste cyborg et autres essais : sciences, fictions, féminismes*. Exils Editeur.

Harding, S. (1987). Conclusion. Epistemological questions. Dans S. Harding (dir.), *Feminism and Methodology. Social Science Issues* (p. 181-190). Indiana University Press.

Hernández López, G. (2020). Du vernaculaire comme genre cinématographique. *Interfaces*, (44), 124-144. https://doi.org/10.4000/interfaces.1767

Hine, C. (2020). L'ethnographie des communautés en ligne et des médias sociaux : modalités, diversité, potentialités. Dans M. Millette, F. Millerand, D. Myles et G. Latzko-Toth (dir.), *Méthodes de recherche en contexte numérique. Une orientation qualitative* (p. 77-101). Presses de l'Université de Montréal.

Hirata, H. et Kergoat, D. (2012). Les paradigmes sociologiques à l'épreuve des catégories de sexe. Dans D. Kergoat, *Se battre, disent-elles…* (p. 111-123). La Dispute.

Hirata, H. et Zarifian, P. (2014). Travail (le concept de). Dans H. Hirata, F. Laborie, H. Le Doaré et D. Senotier (dir.), *Dictionnaire critique du féminisme* (2nde édition, p. 243-248). Presses universitaires de France.

Jaunait, J. (2023) Qu'est-ce que le genre ?. Dans F. Regard et A. Tomiche, *Déconstructions Queer. Les fondamentaux* (p. 33-69). Hermann.

Jeanjean, A. (2014). Une ethnologue, des égoutiers et des universitaires. Rapports sexués, rapports politiques. Dans A. Monjaret et C. Pugeault (dir.), *Le sexe de l'enquête : Approches sociologiques et anthropologiques* (p. 181-196). ENS Éditions.

Jehel, S. (2021). 7e rapport de l'Observatoire des pratiques numériques des adolescents en Normandie. https://educationauxecrans.fr/fileadmin/user_upload/Observatoire_EAE_2021.pdf

Jehel, S. et Meunier, J.-M. (2023). 8e Rapport de l'Observatoire des pratiques numériques des adolescents en Normandie. Rapport version longue OPNAN 2022.pdf (cemea.asso.fr)

Kaufmann, J.-C. (2016). *L'entretien compréhensif* (4e édition). Armand Colin.

Kergoat D. (2004). Division sexuelle du travail et rapports sociaux de sexe. Dans H. Hirata, F. Laborie, H. Le Doaré et D. Senotier (dir.), *Dictionnaire critique du féminisme* (2nde édition, p. 35-44). Presses universitaires de France.

Kohn, R. C. (2013). 2. Une démarche clinique en recherche. Dans R. C. Kohn (dir.), *Pour une démarche clinique engagée* (p. 25-37). L'Harmattan.

Kohn, R. C. et Nègre, P. (2003). *Les voies de l'observation : repères pour les pratiques de recherche en sciences humaines*. L'Harmattan.

Lachance, J. (2016a). Grandir dans un monde d'images. Des adolescents acteurs, réalisateurs et spectateurs. *Revue de l'enfance et de l'adolescence, 1*(93), 131-143. https://doi-org/10.3917/read.093.0131

Lachance, J. (2016b). L'éthos de l'adolescent dans les mondes numériques : le rôle des destinataires », *Itinéraires*, (3), 1-12. https://doi.org/10.4000/itineraires.3156

Lachance, J. (2017). Partie 3. Que disent les adolescents de leurs pratiques du selfie ? Dans J. Lachance, Y. Leroux et S. Limare, *Selfies d'ados* (p. 121-171). Presses de l'université de Laval.

Lahire, B. (2005). *Portraits sociologiques : dispositions et variations individuelles.* Armand Colin.

Lapassade, G. (1991). *L'ethnosociologie : les sources anglo-saxonnes*. Méridiens Klincksieck.

Lapassade, G. et Lourau, R. (1971). *Clefs pour la sociologie*. Seghers.

Laplantine, F. (2015). *La description ethnographique* (nouvelle présentation). Armand Colin.

Latzko-Toth, G. et Pastinelli, M. (2022). L'éthique de la recherche dans les espaces en ligne : clarification de quelques notions. *Politique et Sociétés, 41*(3), 221–230. https://doi-org/10.7202/1092344ar

Le Renard, S (2010). Partager des contraintes de genre avec les enquêtées. Quelques réflexions à partir du cas saoudien. *Genèses, 4*(81), 128-141. https://doi.org/10.3917/gen.081.0128

Le Talec, J.-Y. (2016). Des Men's Studies aux Masculinity Studies : du patriarcat à la pluralité des masculinités. *SociologieS*, 1-18 https://doi-org/10.4000/sociologies.5234

Leaver, T., Highfield, T. et Crystal Abidin, C. (2020). *Instagram: visual social media cultures*. Polity Press.

Legouge, P. (2021). Plaisir sexuel. Dans J. Rennes (dir.), *Encyclopédie critique du genre* (p. 545-556). La Découverte. https://doi-org/10.3917/dec.renne.2021.01.0545

Lévy-Guillain, R., Sponton, A. et Wicky, L. (2022). L'intime au bout du fil. Enjeux méthodologiques de l'entretien biographique à distance. *Revue française de sociologie, 63*(2), 311-332. https://doi-org/10.3917/rfs.632.0311

Lippmann, M., Lawlor, N. et Leistner, C. E. (2023). Learning on OnlyFans: User Perspectives on Knowledge and Skills Acquired on the Platform. *Sexuality & culture, 27*(4), 1203-1223. https://doi.org/10.1007/s12119-022-10060-0

Loison, M., Perrier, G. et Noûs, C. (2020). Introduction. Le langage inclusif est politique : une spécificité française ?. *Cahiers du Genre, 2*(69), 5-29. https://doi.org/10.3917/cdge.069.0005

Lourau R. (1988). *Le journal de recherche. Matériaux d'une théorie de l'implication*. Méridien Klincksieck

Lourau, R. (1970). *L'analyse institutionnelle* (Nouvelle édition). Les Editions de Minuit.

Lourau, R. (1973). Analyse institutionnelle et question politique. *L'Homme et la société*, (29-30), 21-34. https://doi.org/10.3406/homso.1973.1831

Lourau, R. (1994). *Actes manqués de la recherche*. Presses Universitaires de France.

Löwy, I. (2006). *L'emprise du genre : masculinité, féminité, inégalité.* La Dispute.

Maillochon, F. (2003). Le jeu de l'amour et de l'amitié au lycée : mélange des genres. *Travail, genre et sociétés, 1*(9), 111-135. https://doi-org/10.3917/tgs.009.0111

Malysse, S. (2002). Le gringo et l'anthropologue : apparence physique, subjectivités et sensualités dans la recherche de terrain. *Sociedade e estado, 17*(2), 487-506. v17n2a10 (scielo.br)

March, V. (2023). Instagram, TikTok, YouTube : *Se faire connaître, conquérir, fidéliser ses clients grâce aux médias sociaux visuels* (p. 121-149). Dunod.

Mardon, A. (2010a). Sociabilités et travail de l'apparence au collège. *Ethnologie française, 1*(40), 39-48. https://doi-org/10.3917/ethn.101.0039

Mardon, A. (2010b). Construire son identité de fille et de garçon : pratiques et styles vestimentaires au collège. *Cahiers du Genre, 2*(49), 133-154. https://doi-org/10.3917/cdge.049.0133

Martin, C. (2007). Téléphone portable et relation amoureuse : les SMS, des messages vraiment désincarnés ?. *Corps, 2*(3), 105-110. https://doi.org/10.3917/corp.003.0105

Martin, H., Hertz, E., Messant, F., Delphy, C., Füger, H. et Sala, A. (2011). Les relations d'amitié. *Nouvelles Questions Féministes, 30*(2), 24-33. https://doi-org/10.3917/nqf.302.0024

Mathieu, N.-C. (1991). *L'anatomie politique : catégorisations et idéologies du sexe*. Côté-femmes.

Mercier, E. (2023). Les politiques de l'humiliation dans et autour des discours de prévention du *sexting* chez les jeunes. *Poli – Politiques des Cultural Stories*, (16), 1-24. elisabeth-mercier.pdf (wordpress.com)

Metton-Gayon, C. (2009). *Les adolescents, leur téléphone et Internet : « tu viens sur MSN ? »*. L'Harmattan.

Metton-Gayon, C. (2010). Internet et le portable dans la sociabilité des adolescents. *Diversité*, (162), 44-48. https://doi.org/10.3406/diver.2010.8121

Monceau, G. (2003). Pratiques socianalytiques et socio-clinique institutionnelle. *L'Homme & la Société, 1*(147), 11-33. https://doi.org/10.3917/lhs.147.0011

Monceau, G. (2010). Analyser ses implications dans l´institution scientifique : une voie alternative. *Estudos e Pesquisas em Psicologia, 10*(1), 13-30. https://doi.org/10.12957/epp.2010.9015

Monceau, G. (2019). Socio-clinique institutionnelle *(institutional socio-clinic – socio-clínica institutional)*. Dans A. Vandevelde-Rougale (éd.), *Dictionnaire de sociologie clinique* (p. 594-597). Érès. https://doi-org/10.3917/eres.vande.2019.01.0594

Monceau, G. et Fortuna, C. (2020). Le pouvoir des sujets dans les institutions : de sa négation à sa reconnaissance. *Nouvelle revue de psychosociologie, 2*(30), 111-127. https://doi-org10.3917/nrp.030.0111

Monceau, G. et Soulière, M. (2017). Mener la recherche avec les sujets concernés : comment et pour quels résultats ?. *Éducation et socialisation*, (45), 1-16. https://doi-org/10.4000/edso.2525

Moulin, C. (2005). *Féminités adolescentes*. Presses universitaires de Rennes.

Myles, D. (2020). Les bénéfices mutuels de l'ethnographie et de l'analyse du discours en contexte numérique. Dans M. Millette, F. Millerand, D. Myles et G. Latzko-Toth (dir.),

Méthodes de recherche en contexte numérique. Une orientation qualitative (p. 103-117). Presses de l'Université de Montréal.

Niemelä-Nyrhinen, J., et Seppänen, J. (2023). Photography as play: examining constant photographing and photo sharing among young people. *Visual Communication, 22*(4), 581-599. https://doi-org/10.1177/14703572211008485

Octobre, S. (2019). Natifs et naïfs numérique : numérique et inégalités sociales. *Enjeux numériques*, (6), 48-52. Enjeux numériques - N° 6 – Juin 2019 – Numérique et vie en société (annales.org)

Olivier de Sardan, J.-P. (2000). Le « je » méthodologique. Implication et explicitation dans l'enquête de terrain. *Revue française de sociologie,* (41-3), 417-445. DOI : 10.2307/3322540

Pagé, G., Solar, C. et Lampron, E.-M. (2018). Les pédagogies féministes et les pédagogies des féminismes : une mise en perspective. *Recherches féministes, 31*(1), 1–21. https://doi-org/10.7202/1050651ar

Paillé, P. et Mucchielli, A. (2021). *L'analyse qualitative en sciences humaines et sociales* (5e édition). Armand Colin.

Palazzolo, C. (2021). *Danser pop : une figure de la création contemporaine*. Centre national de la danse.

Pasquier, D. (2005). *Cultures lycéennes : la tyrannie de la majorité*. Éditions Autrement.

Pereira, M. do M. (2012a). Uncomfortable classrooms: Rethinking the role of student discomfort in feminist teaching. *European Journal of Women's Studies, 19*(1), 128-135. https://doi-org/10.1177/1350506811426237c

Pereira, M. do M. (2012b).Women's studies/gender studies. Dans M. Evans et C. Williams (dir.), *Gender: The Key Concepts* (p. 215-222). Taylor & Francis Group.

Pereira, M. do M. (2017). *Power, knowledge and feminist scholarship: an ethnography of academia*. Routledge.

Perrier, G. (2021). Réflexions et propositions concrètes pour une écriture non sexiste dans les revues académiques. *Cahiers du Genre, 1*(70), 215-224. https://doi.org/10.3917/cdge.070.0215

Perrot, P. (1984). *Le travail des apparences ou les transformations du corps féminin : XVIIIe-XIXe siècle.* Éditions du Seuil.

Philippe, S. (2023). Les adolescents face aux stratégies de TikTok. *Revue française des sciences de l'information et de la communication*, (26), 1-15. https://doi-org/10.4000/rfsic.13910

Piazzesi, C. et Lavoie Mongrain, C. (2020). *Selfies* de femmes, négociation normative et production de culture visuelle sur Instagram et Facebook. *Recherches féministes*, *33*(1), 135–151. https://doi.org/10.7202/1071246ar

Ramphul, K. et Mejias, S. G. (2018). Is "Snapchat Dysmorphia" a Real Issue?. *Cureus*, *10*(3): e2263. https://doi.org/10.7759/cureus.2263

Raz, M. (2021). Bicatégorisation. Dans J. Rennes (dir.), *Encyclopédie critique du genre* (p. 95-104). La Découverte. https://doi-org/10.3917/dec.renne.2021.01.0095

Revenin, R. (2023). Paraître & masculinité dans le Paris populaire des années 1960 : comment se construisent les garçons « dans le vent » ?. *Sens-Dessous, 1*(31), 49-57. https://doi-org/10.3917/sdes.031.0049

Rivoal, H. (2020). Promouvoir l'égalité pour ethnographier les masculinités. Retour sur un dispositif d'enquête CIFRE en milieu populaire. *Sociétés contemporaines, 4*(120), 99-123. https://doi-org/10.3917/soco.120.0099

Roginsky, S. (2020). Les terrains de recherche en ligne et hors-ligne : proposition pour une triangulation des méthodes. Dans M. Millette, F. Millerand, D. Myles et G. Latzko-Toth (dir.), *Méthodes de recherche en contexte numérique. Une orientation qualitative* (p. 119-136). Presses de l'Université de Montréal.

Ross-Nadié, E. et Duguay, S. (2019). Hook-up and dating apps. Dans *Oxford Bibliographies*. http://doi-org/10.1093/OBO/9780199756841-0240

Ronzhyn, A., Cardenal, A. S., et Batlle Rubio, A. (2023). Defining affordances in social media research: A literature review. *New Media & Society, 25*(11), 3165-3188. https://doi.org/10.1177/14614448221135187

Rubio, V. (2021). Ethnographier la prostitution sur internet. *Journal des anthropologues*, (166-167), 165-175. https://doi.org/10.4000/jda.11292

Samson, D. (2018). Écrire la recherche « avec » et effet Goody : De quelques apports de l'analyse institutionnelle. *Recherche Avec*. ÉCRIRE LA RECHERCHE "AVEC" - Recherche avec

Sun, M. D. et Rieder, E. A. (2022). Psychosocial issues and body dysmorphic disorder in aesthetics: review and debate. *Clinics in Dermatology*, *40*(1), 4-10. https://doi.org/10.1016/j.clindermatol.2021.08.008

Stevanovic, J. (2014). Les femmes officiers de la marine marchande. Rapports sociaux de sexe, intimité, pouvoir. Dans A. Monjaret, A. et C. Pugeault (dir.), *Le sexe de l'enquête : Approches sociologiques et anthropologiques*. ENS Éditions.

Tabet, P. (2014). Échange économico-sexuel et continuum. Dans C. Broqua et C. Deschamps (dir.), *L'échange économico-sexuel* (p. 19-59). Éditions de l'École des hautes études en sciences sociales.

Theviot, A. (2021). Confinement et entretien à distance : quels enjeux méthodologiques ?. *Terminal*, (129), 1-24. https://doi.org/10.4000/terminal.7193

Thizy, L., Gauglin, M. et Vincent, J. (2021). « Se raconter » sur le terrain : le *récit de soi* comme ressource méthodologique. *Genèses*, (123), 115-135. https://doi.org/10.3917/gen.123.0115

Tignol, J. (2014). 19. Dysmorphophobie. Dans J.-P. Boulenger (dir.), *Les troubles anxieux* (p. 202-218). Lavoisier. https://doi.org/10.3917/lav.boule.2014.01.0202

Tisseron, S. (2010). Extime/intime. Dans D. Le Breton et D. Marcelli, *Dictionnaire de l'adolescence et de la jeunesse* (p. 309-311). PUF.

Tisseron, S. (2011). Intimité et extimité. *Communications*, *1*(88), 83-91. https://doi-org/10.3917/commu.088.0083

Touraille, P. et Allassonnière-Tang, A. (2023). Idéer une catégorie épicène et la matérialiser cohéremment dans la langue : Une nécessité épistémologique autant que politique. Dans P. Lemarchand et M. Salle (dir.), *Qu'est-ce qu'une femme ? Catégories homme/femme : débats contemporains* (p. 167-233). Éditions Matériologiques.

Twerk. (2023). Dans *Oxford English Dictionary*. twerk, n. meanings, etymology and more | Oxford English Dictionary (oed.com)

Van Ouytsel, J., Van Gool, E., Walrave, M., Ponnet, K. et Peeters, E. (2016). *Sexting*: adolescents' perceptions of the applications used for, motives for, and consequences of *sexting*. *Journal of Youth Studies, 20*(4), 446–470. https://doi.org/10.1080/13676261.2016.1241865

Walker, K. (2011). Les hommes, les femmes et l'amitié : ce que ils et elles disent, ce que ils et elles font (traduit par Françoise Armengaud). *Nouvelles Questions Féministes, 2*(30), 34-54. https://doi-org/10.3917/nqf.302.0034

Pages internet

Asselin, C. (2024). *X (Twitter) : les chiffres essentiels France et Monde pour 2024*. Twitter X : les derniers chiffres clés France et Monde pour 2024 (digimind.com)

Bautier, M. (2023). *Réseaux sociaux : Instagram tire une nouvelle fois son épingle du jeu chez les 16-25 ans*. Réseaux sociaux : Instagram tire une nouvelle fois son épingle du jeu chez les 16-25 ans (diplomeo.com)

Le Robert. (s. d.). Instagrameur. instagrameur - Définitions, synonymes, prononciation, exemples | Dico en ligne Le Robert

Ministère de la culture. (2018). Pornodivulgation. Pornodivulgation | FranceTerme | Culture

Mosseri, A. (2021, 30 juin). *Changes are coming to video on Instagram* 🎥 [vidéo jointe] [tweet]. Twitter. https://x.com/mosseri/status/1410297743285829632

Snap Inc. (2015). Découvrez la rubrique Découvrir. Découvrez la rubrique Découvrir (snap.com)

Snap Inc. (2024). Comment être récompensé sur Spotlight. Être récompensé sur Spotlight | Plateforme des créateurs de Snapchat

Snap Inc. (s. d.). Introduction à Spotlight. Introduction à Spotlight | Plateforme des créateurs de Snapchat

Annexes

Afin de compléter la deuxième partie de mon mémoire consacrée à ma démarche de recherche, j'ai annexé plusieurs documents méthodologiques : les guides d'entretiens individuels et collectifs avec les participants, le guide d'entretien collectif avec les trois entremetteuses, un formulaire de consentement vierge pour les entretiens individuels, ainsi que le tableau de codage thématique des entretiens collectifs avec les participants. La liste des illustrations, des tableaux et des portraits vient compléter cet inventaire.

Annexe 1 – Liste des illustrations……..231

Annexe 2 – Liste des tableaux…….…….…….232

Annexe 3 – Liste des micro-portraits……...233

Annexe 4 – Guide d'entretien individuel participants…….……..234

Annexe 5 - Guide d'entretien collectif participants…….……..236

Annexe 6 - Guide d'entretien collectif entremetteuses……238

Annexe 7 - Formulaire de consentement – Entretien individuel…….……239

Annexe 8 – Grille de codage thématique des entretiens collectifs participants……..240

Annexe 1 – Liste des illustrations

Illustration 1 – Interfaces d'Instagram 42
Illustration 2 – Interfaces de Snapchat 48
Illustration 3 – Interface de l'onglet « Pour toi » de TikTok 52
Illustration 4 – Interfaces de TikTok (suite) 53
Illustration 5 – Echange WhatsApp avec une entremetteuse 108
Illustration 6 – Echange WhatsApp entre une entremetteuse et un potentiel participant 108
Illustration 7 – Publication partagée par une entremetteuse sur Facebook 109
Illustration 8 – Principales interfaces de BeReal 143

Annexe 2 – Liste des tableaux

Tableau 1 – Le travail de l'apparence des filles et des garçons selon les participants (enquête exploratoire) 20
Tableau 2 - Participants aux entretiens individuels 91
Tableau 3 – relations antérieures entre les participants 104
Tableau 4 - Entremetteuses prenant part à l'entretien collectif 106
Tableau 5 - Processus de recrutement de participants par les trois entremetteuses 111
Tableau 6 - Participants aux entretiens collectifs 120
Tableau 7 - Fonctionnalités de partage d'images utilisées par les participants sur Snapchat et Instagram 167

Annexe 3 – Liste des micro-portraits

Micro-portrait 1 - Joris et Mathis..... 139
Micro-portrait 2 - Robin..... 141
Micro-portrait 3 - Tony 146
Micro-portrait 4 - Gabin..... 148
Micro-portrait 5 - Théo..... 199

Annexe 4 - Guide d'entretien individuel participants

Lorsque j'étais en master recherche en éducation il y a trois ans, j'ai entamé mes recherches sur les adolescents garçons et les réseaux sociaux. J'ai donc conduit une recherche par entretiens et observations auprès de jeunes âgés de 15 à 20 ans.

Durant ma thèse, je souhaite approfondir certains résultats obtenus dans mon mémoire de master. Pour cela, j'ai besoin de tes connaissances et de ton avis pour comprendre comment toi, en tant que garçon, tu utilises les réseaux sociaux.

Peux-tu commencer par te présenter en m'indiquant ton âge, ton parcours scolaire, où tu habites, ce que tu veux faire dans la vie et la profession de tes parents stp ?

Des usages différenciés selon le réseau social

- Quels sont les réseaux sociaux que tu utilises actuellement ?
- Ce sont des réseaux que tu utilisais déjà ou que tu utilises que depuis récemment ? Il y a trois ans, les garçons que j'ai interrogés utilisaient essentiellement Snapchat et Instagram, il y a de nouveaux réseaux sociaux plus utilisés depuis ?
- Qu'est-ce que tu regardes sur chacun de ces réseaux ?
- Publies-tu des photos ou vidéos de toi ? Comment les sélectionnes-tu ?
- Tes publications sont-elles les mêmes sur tous tes réseaux sociaux ? Peux-tu m'en montrer ? Les garçons que j'ai interrogés il y a trois ans m'ont dit qu'ils partagent plus d'images d'eux sur Snapchat que sur Instagram parce c'est plus centré sur les potes.

Les relations intermasculines en ligne

- Vous vous prenez en photo ou en vidéo quand t'es avec tes potes ? Vous vous les partagez entre vous ? Tu les publies sur tes réseaux ? Le(s)quel(s) ?
- Est-ce que tu envoies des photos ou vidéos de toi à tes potes ? Dans quel but ?
- Ont-ils une place importante dans le choix des images de toi que tu publies ? Accordes-tu une place importante à leur regard sur toi ?
- C'est plus facile d'envoyer des images de toi à tes potes que de les publier sur les réseaux?

Regard sur le travail de l'apparence des filles sur les réseaux sociaux

- Comment sont les publications des filles sur les réseaux sociaux ? Perçois-tu des différences avec celles des garçons ?

- Les garçons que j'avais interrogés m'ont dit que les filles montrent plus leur corps dans l'objectif de plaire aux garçons, parce que ce sont les garçons qui vont regarder et aller leur parler sur les réseaux. Qu'en penses-tu ?
- En analysant les discours des garçons que j'avais interrogés, j'ai compris que pour eux le corps féminin est fait pour être vu, parce que les garçons le regardent, mais il ne doit pas trop se montrer sinon elles sont jugées négativement. Qu'en penses-tu ?
- Dans mes analyses, il ressort que les garçons ont un rôle de spectateur, évaluateur et contrôleur du corps des filles sur les réseaux sociaux. Qu'en penses-tu ?

Conclusion

- Qu'est-ce que tu aurais envie de rajouter ? Qu'est-ce que tu aurais aimé aborder que nous n'avons pas vu au cours de l'entretien ?
- Connais-tu des garçons qui ont entre 15 et 20 ans qui pourraient faire un entretien avec moi ?
- Serais-tu intéressé pour participer à une rencontre avec d'autres garçons pour discuter mes résultats à la fin de mon enquête ?

Annexe 5 - Guide d'entretien collectif participants

Après avoir effectué des entretiens individuels avec une vingtaine de garçons âgés de quinze à vingt ans entre Octobre 2021 et Novembre 2022 sur les garçons et les réseaux sociaux, je souhaite partager avec vous quelques premiers résultats pour qu'on puisse y réfléchir ensemble.

J'ai relevé quelques ambivalences lors des entretiens qui me posent question. Par exemple, j'ai relevé que le partage de photos ou vidéos éphémères de soi, prises sur le vif, humoristiques, dans un groupe d'amies ou amis restreint (en story Snapchat ou en story privée Instagram) est plus développé alors que les photos ou vidéos de soi esthétiques, réfléchies, permanentes et vues par un large public (sur son profil ou en story Instagram) est plus limité chez les garçons. Qu'en pensez-vous ?

- Choisir une des deux possibilités de partage c'est aussi choisir de montrer un aspect de soi en particulier ?
- Y a-t-il des normes de publications de photos ou vidéos de soi sur chacun des réseaux sociaux que vous utilisez ? Les respectez-vous ?
- Cela vous arrive-t-il de contourner ces normes quand vous souhaitez partager une photo ou vidéo de vous ?
- Les possibilités techniques de ces réseaux sociaux liées au partage d'images influencent-elles vos publications ?

Dans tous les entretiens, les participants m'ont dit que les publications de photos et vidéos des filles sur les réseaux sociaux sont très différentes de celles des garçons. Même lorsqu'elles se prennent en photo ou en vidéo. Comment savez-vous cela ?

- Les filles sont-elles libres de montrer leur corps ?
- Plaire est-il un objectif commun aux filles et aux garçons quand ils partagent une photo ou vidéo d'eux ?
- Le regard des filles est-il aussi important pour une fille quand elle publie une photo ou vidéo d'elle que le regard des garçons ?

Certains des garçons que j'ai interrogés ont exprimé des contradictions autour des messages diffusés sur les réseaux sociaux par rapport au corps (par exemple le mouvement body positive) et les publications qui sont les plus appréciées (comme les images retouchées, les photos en maillot de bain). Qu'en pensez-vous ?

- Quels sont les messages diffusés sur les réseaux sociaux par rapport au corps ?

- Quelles sont les publications les plus appréciées sur les réseaux sociaux ? Pour quelles raisons ?
- Retrouve-t-on ces contradictions autour du corps en dehors des réseaux sociaux ?

Pour conclure l'entretien,

- Comment avez-vous vécu votre participation à ma recherche ? Cela correspondait-il à ce que vous imaginiez ?
- Quels intérêts avez-vous trouvés dans nos échanges en entretien individuel et collectif ?
- Avez-vous été gênés d'être interviewé par une femme ?

Annexe 6 - Guide d'entretien collectif entremetteuses

Après avoir sollicité votre aide dans la recherche de garçons âgés de 15 à 20 ans pour un entretien individuel et/ou de groupe dans le cadre de ma thèse sur les garçons et les réseaux sociaux, j'aimerais savoir comment vous vous y êtes prises. Pour commencer, pouvez-vous me dire ce que vous avez compris de mon objet de recherche ?

- Comment avez-vous choisi les participants potentiels ?
- Quelles sont vos relations avec eux ?
- Vous ont-ils fait un retour sur l'entretien ?
- Qu'est-ce que vous auriez envie de rajouter concernant ma recherche ?

Annexe 7 - Formulaire de consentement – Entretien individuel

Nom du projet : Le « travail de l'apparence » des adolescents sur les réseaux sociaux. Perceptions et pratiques des garçons, thèse de doctorat en sciences de l'éducation et de la formation, sous la direction de Gilles Monceau.

Responsable du projet : Célia CYRILLE, doctorante contractuelle en sciences de l'éducation et de la formation au sein du laboratoire EMA (Ecole, Mutations, Apprentissages) de CY Cergy Paris Université. Email : celia.cyrille@cyu.fr

Vous participerez à un entretien individuel où l'on vous posera des questions concernant votre expérience sur les réseaux sociaux. Votre participation est volontaire et vous êtes libre d'y mettre fin en tout temps au cours de cette recherche. Dans ce cas, les renseignements vous concernant seront détruits.

Cet entretien sera réalisé par Célia CYRILLE le … à … en distanciel sur Zoom. Il durera entre 30 et 60 minutes et sera enregistré. L'enregistrement sera retranscrit mot à mot de façon anonyme et confidentielle. Une fois transcrit, l'enregistrement sera détruit. La transcription sera conservée de façon sécurisée et analysée par Célia CYRILLE. Les résultats seront utilisés dans le cadre de sa thèse et peuvent éventuellement être publiés (articles, séminaires, colloques, etc.) mais aucune information permettant de vous identifier ne sera divulguée.

Merci de cocher chaque case :

1. Je confirme avoir lu et compris l'information ci-dessus et que j'ai eu la possibilité de poser des questions. ☐
2. Je comprends que ma participation est totalement volontaire et que je suis libre de sortir de l'étude à tout moment, sans avoir à fournir de raison. ☐
3. Je donne mon consentement à l'enregistrement et à la transcription mot à mot de cet entretien. ☐
4. Je donne mon consentement à l'utilisation éventuelle mais totalement anonyme de certaines citations de l'entretien dans une thèse, publication ou présentation. ☐
5. Je suis d'accord pour participer à la recherche. ☐

Nom du responsable du projet :	Nom du participant :
Date :	Date :
Signature :	Signature :

Annexe 8 – Grille de codage thématique des entretiens collectifs participants

Thèmes	**Sous-thèmes**	**Sous-sous thèmes**	**Verbatim**
Chez les garçons, le partage d'images éphémères, prises sur le vif, humoristiques, partagé au sein d'un groupe restreint est plus développé que le partage d'images esthétiques, réfléchies, permanentes et vues par un large public	La rapidité et l'humour des contenus éphémères sont plus appréciés		« faire des des photos éphémères entre potes je trouve ça plus sympa alors que faire des photos réfléchies permanentes […] ça fait plus vouloir faire son influenceur ou en tout cas vouloir s'exposer » (Robin, 21 ans, Grand-Est, **entretien collectif 1**) Joris : « c'est plus rapide d'envoyer des *posts* drôles à ses amis etc. que de faire des photos de soi-même et de les poster […] pour moi c'est vraiment le temps Mathis : […] je trouve que c'est très efficace » (**entretien collectif 4**)
	Nuance		Jérôme : « je pense que ça dépend beaucoup des tempéraments […] de mon expérience j'ai vu tout l'un ou tout l'autre c'est à dire des gens qui ont posté beaucoup qui ne faisait presque que ça […] je parle pour les garçons hein qui travaillent beaucoup sur leur image et qui font des super des super postes Insta

			Moi : c’est quoi pour toi le tempérament ? Jérôme : de son caractère de ses envies de ses de ce qu'on aime ou on n'aime pas ses centres d’intérêt […] y a les deux composantes à prendre en compte y a vraiment la personne ce qu’elle a envie de faire ce qu’elle a pas envie de faire et l’effet de mode » (**entretien collectif 1**)
	Snapchat est le réseau social privilégié pour partager des images (de soi)		Moi : « Des photos de toi ? Kaïs : des photos non plus des vidéos Moi : ah ouais de toi ? Kaïs : Oui Moi : et c'est quel type de vidéo ? Kaïs : Bah admettons il vient de m'arriver une galère où je vais plus en rigoler et ça je vais faire une vidéo je vais faire un snap je vais raconter ce qui vient de m'arriver et puis l'envoyer à certaines personnes pour que les personnes puissent en rigoler aussi » (**entretien collectif 4**) « je serais plus tenté d'envoyer des vidéos courtes ou des vidéos drôles même des *storytimes* sur Snapchat que sur Instagram mais je sais pas si

			c'est à cause à cause bah bah de l'habitude vu que tout le monde fait ça pour le coup » (Joris, 19 ans, Guadeloupe, **entretien collectif 4**) « comme t'as dit l'appareil photo bah on voit directement notre tête sur Snapchat donc bah moi personnellement j'ai bah j'ai envie de de snapper de faire un truc et d'envoyer bah à mes proche etc. / mais quand je suis Instagram c'est plus enfin du coup quand j'ouvre l'application c'est un *post* qui apparaît devant moi et bah je commence à scroller et je peux rester vraiment des heures et des heures dessus / donc ça va pas m'influencer à poster mais à rester sur l'application pour le coup » (Joris, 19 ans, Guadeloupe, **entretien collectif 4**)
	Les affordances de Snapchat en font un réseau social qui favorise l'entretien des liens forts	Pour les liens forts	Moi : « Il y avait un truc qui ressortait aussi, c'est les possibilités techniques de chacun des réseaux / Par exemple on m'en parlait de bah quand t'arrives sur Snapchat ben la première chose que tu vois c'est ta caméra donc bah ça influence le fait que tu vas vouloir te montrer plus sur ce réseau là

			que tu peux pas t'en t'en contenir a juste envoyer des messages Jérôme : ben pour l'exemple de Snapchat c'est vrai que le principe de l'application c'est quand même de s'envoyer des photos éphémères à la base y avait même pas de message il me semble / Donc ça conditionne aussi l'utilisation du réseau je pense Robin : c'est vrai Basile : oui Snapchat c'est un réseau beaucoup plus personnel enfin en général quand tu parles à quelqu'un sur Snapchat c'est que t'es plus proche de la personne Robin : non moi j'suis d'accord […] les connaissances ou les potes éloignés j'parle avec eux sur d'autres réseaux Messenger ou Instagram alors que Snapchat c'est plus avec des potes proches » (**entretien collectif 1**) Robin : « Y a un côté plus privatif sur Snapchat que sur Instagram du fait que tu as les les messages et les photos qui partent je pense du

			coup si tu veux garder une relation privée bah sur Snapchat tu sais que au pire il y a pas de trace si aucune des deux personnes à enregistrer les les conversations parce que tu le sais / alors que sur Instagram ça reste […] tu sais si la personne en face a enregistré quoi que ce soit sur tes messages, que tu lui as envoyé ou tes snap tu vois alors que sur Insta tu sais pas / t'as le contrôle sur le fait que la personne ait pris des *screens* ou pas Jérôme : À mon à mon avis ce qui fait que ce soit plus privatif comme tu comme t'as dit c'est plutôt que Bah tu peux pas trouver quelqu'un comme ça tu peux pas rechercher les gens si t'as pas leur nom d'utilisateur en fait tu peux pas interagir avec les gens du coup Robin : Sauf si t'as leur numéro […] Jérôme : tout le monde ne met pas en lien son Snapchat avec son téléphone / on ajoute pas les gens comme on veut donc forcément on discute que avec les gens de son premier cercle on va dire

			/ les gens qu'on connaît vraiment quoi » (**entretien collectif 1**) Basile : « en fonction de la relation que j'ai avec quelqu'un je vais pas parler sur le même réseau Moi : Comment ça ? Basile : par exemple on parlait de Snapchat / pour moi c'est vraiment beaucoup plus intime parce que déjà oui on peut pas faire n'importe quoi on peut pas enregistrer les messages on ne peut pas enregistrer un snap sans que ça se voit à partir du moment où tu vois un message on voit que tu as vu le message et quand tu commences à taper on voit que tu as commencé à taper / Enfin y a pas mal de choses qui font que t'es beaucoup plus surveillé par l'autre / et bon Le principe c'est quand même envoyer des photos et envoyer une photo ou même vidéo c'est beaucoup plus intime qu'envoyer juste un message texte Moi : ah ouais ? Basile : ah bah oui oui parce que pour moi enfin j'envoie pas une photo de moi à n'importe qui

			Jérôme : Ca dépend de la photo [nous nous mettons à rire] » (**entretien collectif 1**) Basile : « les flammes ça c'est pareil en fait ça t'encourage à discuter et à tous les jours partager un peu ta vie Robin : ouais c'est vrai Basile : y a un côté très intimiste aussi » (**entretien collectif 1**) Rémi : « Snapchat c'est c'est des photos dans un cercle restreint ouais / Et elles se suppriment aussi / on peut envoyer des photos pour rigoler pour n'importe quoi en fait Moi : donc parce qu'elles se suppriment tu préfères ? Rémi : oui y a pas de trace Moi : comment ça y a pas de trace ? [sourire] Rémi : Bah si on veut envoyer un truc un peu un peu déplacé voilà à ses potes bah au moins y a pas de trace elle sera supprimée Moi : c'est quoi par exemple des trucs déplacés ? Maël il rigole il a des idées [nous nous mettons à

			rire] Rémi : ben j'sais pas des photos par exemple de soirées des trucs comme ça » (**entretien collectif 2**) « Snap j'ai que mes amis dessus et même c'est en privé tout est en privé » (Stéphane, 21 ans, Guadeloupe, **entretien collectif 3**) « sur Snap l'avantage comme tu l'as dit c'est que t'ouvres l'application t'as déjà la camera qui est activée donc on l'utilise quand on veut se moquer d'un de nos amis par exemple j'sais pas il est en train de faire une dinguerie devant nous c'est plus rapide d'ouvrir Snap appuyer sur le rond et le filmer rapidement que d'aller sur la caméra aller appuyer sur vidéo *slide* un peu pour trouver vidéo / donc c'est plus facile de faire une photo ou une vidéo rapidement sur Snap que sur l'appareil photo ou sur Instagram » (Hakim, 18 ans, Occitanie, **entretien collectif 3**) « je sais que sur Snap ça sera vraiment cercle rapproché privé machin tout ça pour faire rire » (Kaïs, 18 ans, Ile-de-France, **entretien collectif 4**)

		Pour les relations de séduction hétérosexuelles	« je sais que Snap ça a vraiment la réputation du réseau social un peu de charo enfin maintenant on demande pas le 06 d'une fille mais plus le snap parce que c'est plus intime » (Basile, 21 ans, Pays de la Loire, **entretien collectif 1**)
	Les affordances d'Instagram en font un réseau social vitrine	Images esthétiques	Robin : « je trouve que le premier réseau qu'on partage c'est Instagram justement / parce que justement c'est le réseau vitrine on va montrer un peu qui on est par quoi on est intéressé / justement c'est ce qui permet déjà de montrer un avant-gout de qui on est Basile : ouais voilà Insta c'est plus une vitrine alors que pour le coup Snap c'est plus le réseau du réel parce que quand t'envoies un *snap* c'est le coup c'est le moment tu vas pas enfin si tu peux mettre des filtres mais c'est pas pareil Robin : c'est pas les mêmes types de filtres non plus » (**entretien collectif 1**) « Instagram c'est plus pour tout ce qui est esthétique ou ou comme tu l'as dit les photos que l'on peut montrer à plus de personnes ou même

			qu'on veut montrer à plus de personnes on utilisera plus Instagram tandis que Snapchat c'est plus entre guillemets un cercle restreint dans le sens où y a plus sur Snap on a plus nos amis ou des personnes proches du coup c'est plus oui pour pas forcément montrer nos meilleures photos quoi » (Maël, 18 ans, Ile-de-France, **entretien collectif 2**) « sur Instagram lorsque tu postes la photo bah elle peut rester là longtemps mais je crois que sur Snapchat c'est que des stories ou des trucs comme ça du coup sur Instagram t'as vraiment des stories à la une y a une sorte de galerie virtuelle publique ou privée et du coup c'est mieux / j'pense que c'est mieux Instagram parce que t'as les deux » (Kevin, 15 ans, Guadeloupe, **entretien collectif 2**)
		Regarder plus que publier	Moi : « Maël toi tu postes plus ou pas maintenant ? Maël : non toujours pas ça a pas changé / non tout ce qui est story ou même poster des publications c'est très rare / en soi posts j'en ai aucun et story

			c’est très très rare aussi je suis plus là pour regarder c’qu’il s’passe » (Maël, 18 ans, Ile-de-France, **entretien collectif 2**) « sur Instagram t’as plus envie de regarder les autres et sur Snapchat t’y vas pour te regarder hein à moins que t’as une notification » (Stéphane, 21 ans, Guadeloupe, **entretien collectif 3**) « sur Instagram c’est plus pour regarder la vie des gens que pour se prendre en photo » (Hakim, 18 ans, Occitanie, **entretien collectif 3**) « Je poste pas trop sur Instagram mais c’est pas dans le but que des personnes voient je suis juste là pour regarder ce qui se passe et vraiment quand je partage des choses pour que les gens puissent voir c’est plus sur Snap en story privé et dans des groupes » (Kaïs, 18 ans, Ile-de-France, **entretien collectif 4**)
		Stratégies de publication pour contourner les normes de présentation de soi	Kaïs : « même si Instagram c'est ça a toujours été l'application qu'on voit pour euh on la voit plus pour poster des photos sérieuses et tout ça ce genre de choses on peut quand même poster euh /

			les les vidéos que j'envoie à mon cercle proche sur Snap j'peux les mettre aussi sur Instagram mais en Story amis proches je vais pas les mettre en public Moi : c'est les mêmes personnes que t'as en en Story privé Insta et sur Snap ? Kaïs : dans ma Story privée amis proches sur Insta c'est y a pas tout le monde que j'ai sur Snap parce que pour moi je trouve que sur Snap recevoir une vidéo non sérieuse de moi plutôt assez gênante on va dire ça c'est un privilège / c'est pas un truc que tout le monde va voir donc bon. Moi : OK mais qu'est-ce qui fait que tu peux poster ce type de vidéo là quand même en Story privé Insta alors que c'est pas les mêmes personnes ? Kaïs : bah c'est le fait de choisir / c'est le fait de choisir qui peut voir et qui peut pas voir Moi : ça veut dire que certaines personnes peuvent voir cette facette de toi ?

			Kaïs : oui voilà / et aussi peu importe Snap ou Insta je retire des gens en fonction de ce que je poste » (**entretien collectif 4**) Kaïs : « J'ai plusieurs stories privées ben je me dis ah oui je vais poster ça là parce que je sais que là-dedans y a pas untel je sais que là-dedans y a pas untel / ou alors quand j'ai la flemme de réfléchir à qui n'est pas dans quoi ou qui est dans quoi je mets et puis je retire la personne c'est tout Moi : ah t'as plusieurs stories privées Kaïs : oui Moi : toi aussi Joris ? Joris : Non en vrai j'aurais pu mais j'ai la flemme donc j'ai vraiment sélectionné les personnes qui ont le même humour que moi pour le coup » (**entretien collectif 4**)

Le travail de l'apparence des filles sur les réseaux sociaux est différent de celui des garçons	Rapport au corps, normes de beauté et le regard des autres sur le corps féminin		Robin : « on a un rapport à l'image qui est moins présent et on est moins critiqué sur notre image par rapport aux filles où pour le coup c'est beaucoup plus permanent Moi : Basile t'en penses quoi ? Basile : moi j'suis d'accord j'ai l'impression que de manière générale dans la société on a beaucoup plus d'attentes sur la gente féminine quant à leur apparence à leur façon de de s'habiller etc. et en fait c'est pour ça qu'elles ont tendance à beaucoup plus Enfin à mon avis hein se mettre en scène sur différents réseaux sociaux Moi : se mettre en scène c'est-à-dire ? Basile : ben c'est-à-dire copier des façons de poser de je sais pas regarder la caméra […] Moi : y a des normes en fait sur la manière dont elles doivent se prendre en photo ? Basile : Ouais en soi c'est un peu la même chose chez les chez les hommes c'est juste que y a peut-être un petit peu moins de matière » (**entretien collectif 1**)

			« on travaille pas vraiment sur notre apparence de nous-mêmes en fait parce que / par exemple les filles vont faire plus attention à leurs images notamment sur les réseaux sociaux dans la vraie vie aussi mais là on parle des réseaux sociaux / elles vont faire beaucoup plus attention à un leur image sur ça / alors que nous bah on s'en fiche un peu j'ai envie de dire / après c'est pas pour tout le monde y a des gars pour certains ça ça les importe mais pour la plupart bah c'est pas forcément quelque chose d'important » (Kevin, 15 ans, Guadeloupe, **entretien collectif 2**)

	Commentaires, poses, édition, types de photo		« y a qu'à regarder les commentaires […] en tout cas c'est ce que j'ai observé hein mais y a beaucoup plus de commentaires sur le physique de la personne dans les commentaires pour la fille ça va être je sais pas t'es trop belle » ; « nous, ça va plus être l'expérience derrière la photo […] je suis en train de […] que la forme que l'esthétique que nous notre corps » (Basile, 21 ans, Pays de la Loire, **entretien collectif 1**) « elles pensent plus à mettre tout ce qui est bah qui est selfie tout ce qui est photo de soi tout ça en story ou même en publication » (Maël, 18 ans, Ile-de-France, **entretien collectif 2**) Kaïs : « Ah ben c'est clairement différent [sourire] Mathis : Oui Moi : j'attends des explications [rire] Kaïs : elle va se préparer elle va s'arranger je sais pas elle va chercher une pose après elle va dire ah non pas la bonne ceci cela l'angle elle va vouloir qu'on prenne allez dix photos puis après elle va

			trier elle va trouver la bonne ceci cela la luminosité la hauteur […] Mathis : il a pas tort c'est vrai […] disons que y a des filles qui se préparent, elles vont choisir la bonne photo, elles vont régler plusieurs choses en fait Moi : alors que les garçons c'est pas ça ? Mathis : les garçons ça peut être sûrement un peu la même chose chez certains garçons mais la plupart du temps […] dès qu'ils font la photo si ça leur plaît tant mieux » (**entretien collectif 4**)

		La manière de plaire est différente sur les réseaux sociaux selon le genre	Robin : « les filles ce sera plus courant d'utiliser les réseaux pour vouloir plaire sur l'apparence qu'elles dégagent je pense alors qu'un garçon qui est moins lié sur son apparence ce sera plus montrer bah je suis quelqu'un de cool enfin regardez ce que je fais je sais pas / ouais un profil type un mec qui fait que des voyages ou un autre mec qui fait je sais pas qui qui est qui est vachement cultivé qui fait je sais pas combien de sorties au musée ou ce genre de choses […] la manière de plaire sur les réseaux c'est différent entre une fille et un garçon je pense y a beaucoup de plus du coup le rapport à l'image de de son corps pour une fille […] Basile : ben j'suis d'accord […] après c'est mon expérience mais quand je poste quelque chose c'est plus / enfin y a l'esthétique mais pas vraiment / c'est plus c'est la blague y a plus un côté marrant on se prend peut-être un petit peu moins au sérieux […] en tout cas dans mon cercle d'amis je sais que […] t'as beaucoup plus de gens

			enfin d'homme en tout cas qui vont poster des trucs un peu plus voilà second degré ça se prend pas au sérieux » (**entretien collectif 1**) « il y a moins de ça chez les garçons de recherche de la perfection ou même de ou même de plaire mais y en a mais c'est dans un registre je pense peut-être différent » (Maël, 18 ans, Ile-de-France, **entretien collectif 2**)

		Les affordances d'Instagram favorisent la publication d'images de soi chez les filles et le rôle de spectateur chez les garçons	Basile : « c'est juste de l'observation dans mon réseau mais quand tu es une fille sur un réseau social par exemple comme Instagram tu peux pas juste ne pas avoir de publications et ne pas avoir de photo de profil alors que j'ai plein de potes et même moi-même qui avons 0 publication et même pas de photo de profil des fois / nous on est plus là juste à scroller explorer les comptes les publications les stories Robin : tu *stalkes* en fait [rire] Basile : non mais c'est ça j'ai pas osé [rire] c'est ça on regarde on s'amuse et tout mais on est pas trop acteur on est moins acteur Robin : pour le coup j'suis d'accord c'est beaucoup plus courant de même, très courant de trouver des des comptes d'hommes enfin de potes de potes qui en fait eux ils ont pas de publications rien du tout alors que les filles on est sûr d'avoir forcément déjà la photo de profil ça c'est sûr que je je comme ça à ma connaissance je vois pas trop de comptes filles sans sans minimum la photo de

			profil / et au moins quand y a pas de publications y a des stories à la une en fait donc les stories qui restent tout le long sur le le profil » (**entretien collectif 1**)
	Nuance		« Encore une fois de mon expérience j'ai pu voir tout l'un ou tout l'autre des filles qui mettaient des enfin des photos ou des trucs pas super travaillés et qui avaient un compte Instagram […] complètement bordélique avec deux-cent publications et des photos et des vidéos dans tous les sens et au contraire qui travaillent beaucoup là-dessus » (Jérôme, 21 ans, Normandie, **entretien collectif 1**) Jérôme : je connais beaucoup de garçons qui font beaucoup de préparation en coulisses qui se regardent le bon angle du miroir selon la lumière qui contractent bien les abdos des trucs comme ça / j'en ai vu hein Robin : Après tu vois je pense Jérôme c'est à enfin à nuancer dans le sens où ben après on est dans le monde sportif très sportif c'est ça qui joue […] le

			sport de haut niveau c'est en rapport à l'image déjà […] et là on peut dire que je pense y a pas vraiment de différence entre les hommes et les femmes alors que dans une population générale j'pense qu'on peut parler des filles qui sont plus attentives à leur image » (**entretien collectif 1**) « j'ai pas d'amies qui sont pas forcément à l'aise avec leur corps / mais de toutes les filles à qui je parle c'est pas forcément toutes qui postent sur les réseaux qui se montrent c'est même pas forcément qu'elles sont à l'aise ou pas c'est juste qu'elles ont pas envie ou qu'elles elles n'ont pas d'intérêt à le faire » (Kaïs, 18 ans, Ile-de-France, **entretien collectif 4**) Joris : « vu la description qu'ils ont fait bah j'ai l'impression d'être une meuf pour le coup parce que tant que j'ai pas la bonne photo bah je n'arrête pas du coup bah je change enfin je fais plusieurs prises etc. et puis voilà quoi / mais après je pense ça dépend de ce que tu veux montrer sur Instagram etc. […]

			Moi : donc toi tu te prends en photo pour poster ? Joris : Oui pour poster vraiment » (**entretien collectif 4**)
	La liberté des filles dans leur travail de l'apparence sur les réseaux sociaux et le regard du groupe des filles		« ouais j'pense qu'on est libre mais après est-ce qu'il y aura jugement est-ce qu'il y aura pas de jugement ça dépend de ton audience et ça dépend ouais des gens qui vont regarder tes publications quoi » (Jérôme, 21 ans, Normandie, **entretien collectif 1**) Rémi : « oui après elle fait c'qu'elle veut mais Maël : bah moi je trouve qu'il a enfin oui en soi elle fait c'qu'elle veut même si les gens sont pas forcément d'accord si elle a envie de le faire et que c'est ce qu'elle aime bah qu'elle le fasse après si elle le fait c'est qu'elle connait les conséquences » (**entretien collectif 2**) Joris : « on regarde bien donc pourquoi ça nous dérangerait donc en soi ? Moi : comment ça ? [rire] Joris : [rire] en fait je pense que ça ça serait hypocrite de notre part de de de pas vouloir enfin

			de comment dire de rejeter ça alors que bah de nos abonnements à ces filles là on les suit parfois Moi : mais du coup si y a cette cette attention à regarder les filles sur les réseaux est-ce que elles sont libres vraiment de le faire ou pas / parce qu'elles savent que c'est et enfin il y a une attention sur ça / tu vois ce que je veux dire ? Joris : hum pour moi oui pour moi elles sont libres » (**entretien collectif 4**) « ben je dirais oui et non / c'est ton compte c'est tes réseaux tu fais ce que tu veux donc d'un côté oui elles peuvent mais y aura toujours quelqu'un y aura toujours des gens pour leur rappeler montre pas trop ton corps nanani nanana y aura toujours des gens pour critiquer ce qu'elles font » (Kaïs, 18 ans, Ile-de-France, **entretien collectif 4**)
	L'évaluation et le contrôle au sein du groupe de filles		Robin : « les filles se jugent beaucoup plus déjà entre elles rien que ça ça fait la différence […] Jérôme : Pour rebondir sur ce que tu disais Robin je pense que juste les filles et les garçons je pense

			qu'ils critiquent pareil juste les garçons le disent pas mais ils le pensent beaucoup […] Robin : j'ai toujours entendu beaucoup plus de filles qui même des potes qui avec qui je traînais qui critiquaient je sais pas une fille qui passait sur son maquillage ou la manière dont elle est habillée […] en soirée quand je vais avec des potes tu regardes les filles tu les juges bien sûr tu dis ouais elle est belle ou elle est pas belle […] alors que tu vois un autre gars à part sur le comportement à la limite […] sur l'apparence en elle-même beaucoup moins j'pense » (**entretien collectif 1**) Maël : « quand on sait que dans le monde des filles y a beaucoup d'hypocrisie même de critiques entre filles j'ai déjà vu des filles qui postaient et Moi : [coupe la parole] comment ça hypocrisie [rire] ? Maël : [rire] par exemple j'ai déjà vu des filles poster et dans leur dos que ce soit des potes ou des

			gens qui l'avaient sur Insta bah ils critiquaient la photo ou la publication Moi : Rémi tu m'avais parlé de la même chose Rémi : ouais oui oui / j'avais dit ça sur les commentaires des publications des filles Maël : bah surtout dans le sens où par exemple il y en a plein enfin des filles qui publient même que ça soit en publication en publication sur Insta qui reste et il y a beaucoup de filles qui par exemple qui les complimentent et après dans leur dos bah elles parlent mal de la publication aussi ouais ça arrive […] Kevin : je suis pas trop renseigné sur ça mais je pense qu'il a un peu tout dit hein c'est que y en a certaines qui vont être hypocrites qui vont dire elle est belle tout ça mais on sait que y a des groupes qui se font / y en a d'autres qui vont peut-être dire ça mais qui le pensent pas vraiment c'est juste pour la publication quoi l'apparence pour faire croire qu'elles sont amies et tout ça / après je dis ça mais y a aussi ça pour les garçons donc c'est

			des deux côtés mais chez les filles c'est beaucoup plus répandu quoi […] Rémi : ben moi j'suis d'accord en tout cas y a plus d'hypocrisie chez les femmes que chez les hommes » (**entretien collectif 2**)
Les contradictions autour des messages diffusés sur les réseaux sociaux par rapport au corps et les publications les plus appréciées		La visibilité de messages contradictoires autour du corps féminin dépend de ses abonnements	Basile : « si on reprend Instagram j'ai pas trop de d'exemples justement de contradictions / j'ai pas vu énormément de photos qui rentrent dans cette logique de *body positive* / enfin pour moi c'est pas inexistant mais presque en tout cas dans mes abonnements etc. mon mon réseau j'ai pas ce sentiment […] Robin : j'ai pas non plus d'exemples dans le cas-là de *body positive »* (**entretien collectif 1**)

		L'ambivalence autour de l'expression du corps est due à diverses implications des utilisatrices et utilisateurs sur les réseaux sociaux	Jérôme : « j'pense que cette cohabitation là c'est pas une contradiction / parce que les photos les plus likées restent les photos les plus likées et ok ben y en a qui prennent de l'ampleur si on reprend l'exemple de *body positive* ça plait à certaines communautés ça plait à certains individus […] je comprends pas trop du coup pourquoi c'est une contradiction Moi : parce qu'en fait il y a une remise en question des normes mais en même temps ben ces normes elles existent et ce sont elles qui font un peu loi […] Jérôme : oui y a une remise en question des normes des normes de beauté des normes d'image y a une remise en question qui est un peu en marche mais c'est plus large que sur les réseaux sociaux hein c'est un petit peu partout même dans les mentalités j'pense que ça évolue / mais du coup en quoi c'est une contradiction avec les normes actuelles c'est juste que ça change […]

			c’est juste un roulement quoi quelque chose qui évolue […] Robin : ouais je vois pas non plus l'idée de contradiction enfin la seule chose enfin après là c'est plus je dirais on parlerait plus de conflit générationnel dans le sens où nos parents ou arrières grands-parents ils sont pas du tout dans la même mentalité que nous je pense / on peut parler de nous parce qu'on est tous à peu près du même âge Moi : pour toi c’est générationnel tu penses ? Robin : bah oui je pense que y a beaucoup plus d'acceptations de notre part que celle de nos parents ou de nos grands-parents par exemple sur plein de choses » (**entretien collectif 1**) « leur dire par exemple t’es pas obligé de retoucher nanana enfin t’es bien comme tu es etc. ben y en a certaines qui le voit pas de la même manière elles elles veulent vraiment atteindre un maximum de personnes un maximum la perfection et plaire à un maximum de monde c’est

			pour ça qu'elles veulent pas se montrer naturellement » (Maël, 18 ans, Ile-de-France, **entretien collectif 2**) Moi : « Et par rapport à ces contradictions que d'un côté t'as des messages sur les réseaux qui disent ouais montrez vous comme vous êtes etc. y a pas de de corps plus beau que l'autre *body positive* nananana. mais d'un autre côté les photos les plus appréciées c'est les photos retouchées ou les photos en maillot de bain montrant un certain corps Rémi : c'est pas les mêmes personnes / celles qui postent des photos d'elles même si elles sont rondes elles s'en fichent elles s'en fichent de montrer leur leur corps / c'est pas les mêmes que celles qui vont retoucher leurs photos / et elles se sentent pas pareil dans leur peau elles ont pas la même mentalité Moi : ça veut dire quoi elles ont pas la même mentalité ?

			Rémi : y en a elles vont avoir peur de se montrer et y en a bah elles ont pas de gènes elles vont se montrer même si elles sont pas parfaites […] Kevin : les gens font ce qu'ils veulent enfin c'est leur corps mais ça dépend de qui on veut toucher » (**entretien collectif 2**)

	En dehors des réseaux sociaux		Stéphane : « en Guadeloupe ouais enfin tu vas à la plage tu vois que ça on se montre tous tout le monde montre y a pas de complexe on va dire enfin plus pour les filles hein Moi : mais en Guadeloupe à la plage elles montrent leur corps tel qu'il est ou celle qui ont un certain corps vont plus nous montrer que d'autres ? Stéphane : y a ceux qui vont montrer tel qu'il est et y a ceux qui ont un corps et qui vont en jouer Moi : Tony c'est quelque chose que t'as remarqué toi ? Tony : […] j'ai pas vraiment vu plus de différences que ça entre les morphologies de certaines et d'autres / après par contre pour les hommes c'est un peu différent y a ceux qui ont un corps plus musclé plus sec plus sportif ils se montrent beaucoup plus ils jouent un peu plus sur le sable ils font un peu plus d'activités alors que certains qui ont un corps plutôt moins sportif voire un peu rond ben ils sont souvent dans l'eau ou

			alors ils marchent sur le sable mais en général ils sont beaucoup beaucoup plus discrets » (**entretien collectif 3**) Moi : « ça veut dire qu'il y a une pression quand même énorme sur le fait d'être musclé hein ? Tony : en fait à travers les années une femme au corps rond au corps mince peu importe en fait souvent c'est bien c'est beau c'est esthétique ça leur va bien alors qu'un homme rond c'est beaucoup moins mis en valeur sur les réseaux du coup bah en général dans la vraie vie tu vas pas te sentir à l'aise en étant un homme assez rond alors qu'une femme assez ronde bah on pourrait dire qu'elle a des courbes plus généreuses etc. des trucs comme ça alors qu'un homme non / mais un homme avec beaucoup de de muscles avec des abdominaux visibles etc. ça sera beaucoup mis en valeur ce sera ahh il est sportif il est ceci il est cela / y a moins de gêne chez les femmes parce qu'il est dit sur les réseaux ou autre que c'est beau à

			voir mais l'inverse pour les hommes c'est pas dit souvent Moi : ah oui il y a une évolution des normes qui est plus présente du côté des femmes quoi ? [Tony acquiesce] » (**entretien collectif 3**)