



**HAL**  
open science

## Investiguer le rapport au genre sur un espace de communication en ligne : étude de cas à partir d'une vidéo Youtube et de ses commentaires.

Élisabeth Schneider

### ► To cite this version:

Élisabeth Schneider. Investiguer le rapport au genre sur un espace de communication en ligne : étude de cas à partir d'une vidéo Youtube et de ses commentaires.. 2016. halshs-01444561v2

**HAL Id: halshs-01444561**

**<https://shs.hal.science/halshs-01444561v2>**

Preprint submitted on 6 Feb 2017

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

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



Distributed under a Creative Commons Attribution - NonCommercial - ShareAlike 4.0 International License

**Élisabeth Schneider,**

MCF en Sciences de l'Information et de la Communication,  
Espe de l'Académie de Caen, Normandie-Université  
Laboratoire ESO-UMR 6590

# **Investiguer le rapport au genre sur un espace de communication en ligne : étude de cas à partir d'une vidéo Youtube**

## **Résumé**

Considérant à la suite de Candace West que le genre est un attribut des relations sociales (West, 2009) et qu'il se comprend en investiguant les rapports sociaux et les espaces de leur production, nous proposons de rendre compte de l'analyse d'un espace médiatisant et thématissant le genre à l'initiative d'une adolescente, une vidéo sur Youtube et ayant donné lieu à de nombreux commentaires. Après avoir fait un point sur le cadre théorique que nous mobilisons pour construire cet objet au croisement des travaux sur les espaces de sociabilités, les médias, le genre et les pratiques littéraciques, nous préciserons la méthodologie de cette enquête exploratoire. Les résultats de cette étude de cas permettront de discuter la mise en discours des stéréotypes et leur flexibilité possible.

## **Mots-clés**

Étude de cas- espace de médiation- Youtube – sociabilité adolescente- genre

## **Abstract**

As for Candace West gender is an attribute of social relationship (West, 2009) and that we may understand it by investigating the social relations and spaces of its production, we propose to account for the analysis of a space which mediates and thematises. It is a video submitted by a

teenage girl and on Youtube which have many comments. After a point on the theoretical framework that we mobilize to build this object at the intersection of work on the sociability spaces, media, gender and literacy practices of teens, we will specify the methodology of this exploratory investigation. The results of this case study will permit us to discuss the discursive development of stereotypes and their possible flexibility

## **Keywords**

Case study – mediation space – Youtube – youth sociability- gender

## **Introduction**

Nos travaux portent sur la littératie adolescente, la manière dont ils produisent des espaces sociaux par l'écriture en utilisant divers outils numériques ou non. Nous avons pu montrer que les pratiques d'écriture adolescentes sont foisonnantes, singulières et évolutives (Schneider, 2013) et que l'écriture est pour eux, une technologie de l'intellect essentielle. Ils écrivent sur des plates-formes, du réseau social numérique comme Facebook aux forums comme *jeuxvideo.com* en passant par l'écriture de fan-fictions et de manière hybride et translittéracique<sup>i</sup> dans une circulation papier/numérique. Cet article s'inscrit dans la volonté de documenter leur rapport au monde en considérant ces jeunes comme des sujets.

Nous considérons l'expérience adolescente médiée par des objets techniques dont font partie les outils numériques, comme celle de tout individu, acteur social (Albero, 2010). Ils élaborent ainsi un milieu informationnel et communicationnel dans un enjeu de satisfaction de leurs besoins sociaux et individuels. Ils construisent leur identité et leur estime de soi dans l'interaction dans des sphères variées : privées/publics, formelles/informelles, scolaire/familiale. Les espaces informationnels et communicationnels que les adolescents produisent, constituent des espaces d'expérimentation de leur identité individuelle et sociale. Les technologies de la communication leur permettent d'interagir, de produire des contenus, de les classer et ainsi de prendre position dans un environnement communicationnel polyforme comme ils le font aussi dans l'environnement topographique. Les pratiques culturelles et les loisirs des adolescents qui vont contribuer à façonner leur rapport au genre sont aujourd'hui plutôt bien documentées, qu'il s'agisse d'enquêtes en sociologie des pratiques culturelles (Octobre, 2011), des pratiques d'information s'articulant aux affinités et aux imaginaires à l'œuvre (Cordier, 2015). Parmi les pratiques partagées sur les 15-18

ans, on repère la prédominance de l'activité de visionnement sur Youtube mais aussi de création de vidéos, de partage, les pratiques sociales sur Facebook et le développement de celles sur Twitter, pratique de jeux en ligne, d'information à partir des contenus partagés sur les plates-formes telles que Buzzfeed et Spion. Les activités de partage, de mise en circulation de contenus qui les conduisent à utiliser de multiples outils, certains découverts par le biais scolaire, d'autres par les pairs ou en tâtonnant sur Internet. L'ensemble est cosmopolite, éclectique et la population adolescente est hétérogène dans ses pratiques.

Nous faisons l'hypothèse que dans ces écritures qui sont interreliées et multimodales et par l'écriture même, ils travaillent l'identité de genre, ou pour le moins la mettent en jeu et en espace. Considérant à la suite de Candace West que le genre est un attribut des relations sociales (West, 2009) et qu'ainsi il se comprend en investiguant les rapports sociaux et les espaces de leur production, nous proposons dans le cadre de cet article de rendre compte de l'analyse d'un espace médiatisant et thématissant le genre à l'initiative d'une adolescente, qui a publié en l'occurrence des vidéos sur Youtube, ayant donné lieu à de nombreux commentaires. D'une part, le rapport au genre de l'adolescente est publicisé et se confronte dans l'interaction au rapport au genre des lecteurs/spectateurs/scripteurs, en étant inscrit dans ce dispositif socio-technique. D'autre part, ce rapport au genre est nourri d'une acculturation médiatique. Il est alors possible de mettre en évidence les éléments d'une translittératie mobilisée sur un objet spécifique. Après avoir fait un point sur le cadre théorique que nous mobilisons pour construire cet objet au croisement des travaux sur les espaces de sociabilités, les médias, le genre et les pratiques littéraciques, nous précisons la méthodologie de cette enquête exploratoire. La présentation des premiers résultats concernant l'analyse complémentaire de vidéos et des commentaires permettront de soulever trois points de discussion, à savoir la mise en discours des stéréotypes et leur flexibilité possible, la part du dispositif sur le questionnement du genre et la valeur d'espace public de discussion que pourrait revêtir une chaîne Youtube.

## **Construire l'objet : espace-média-littératie et rapport au genre adolescent**

De manière empirique, dans l'enquête que nous menons sur le paysage scriptural adolescent, nous avons eu l'occasion d'entendre en entretien des adolescentes qui ont l'impression d'être confrontées à

des rapports sociaux de genre sclérosés, récurrents alors que parallèlement l'évolution et la remise en cause sont prônés et mis en œuvre dans certains contextes. Je prendrai l'exemple de Luna, 14 ans, élève en 3ème qui m'explique, lors d'un entretien, être en colère contre certains adultes de son collège. Le CPE demande aux jeunes filles de « ne pas être trop jolies » pour ne pas déclencher de remarques obscènes, l'enseignante d'EPS interdit les débardeurs « parce qu'on voit les bretelles de soutien gorge, c'est indécent ». La jeune fille ne comprend pas pourquoi ce n'est pas aux garçons que l'on explique que les filles ne sont pas des objets à évaluer et pourquoi le corps des filles pose problème. C'est elle qui nous avait fait découvrir depuis 2013 un certain nombre des vidéos publiées sur Youtube par des jeunes filles ou des marques<sup>ii</sup>, circulant ensuite sur Facebook et traitant directement de ces questions. La construction identitaire et l'acculturation médiatique sont clairement ici liées.

Les adolescents sont à un moment particulier de leur développement physique, social, psychique en grande évolution après une période de stabilisation, voire de rigidité et d'appartenance stable à des normes de genre en particulier (Halim et alii, 2014). Les travaux en sociologie de la jeunesse ont montré la pluralité des facteurs qui influencent les processus de socialisation et d'individuation. La sphère familiale, puis celle de l'école sont supplantées par les pairs, jusqu'à une tyrannie qui dicte ses normes. Cette part des pairs dans la culture adolescente, à la fois comme ressource pour se socialiser au style vestimentaire, musical, mais aussi scolaire avait été soulignée à l'occasion d'une enquête menée dans deux lycées par Dominique Pasquier (Pasquier, 2005) et plus récemment dans leur dimension genrée au collège (Mardon, 2010). D. Pasquier avait ainsi repris l'expression d'Annah Arendt de « tyrannie de la majorité » pour désigner l'influence à laquelle il est très difficile de s'opposer. L'impact des médias et des pratiques culturelles est lui aussi essentiel même si sa tyrannie n'est pas toujours ressentie<sup>iii</sup>. La presse et la littérature destinée à la jeunesse mais aussi les séries, les marques contribuent à construire et parfois interroger les stéréotypes divers qui organisent le rapport au monde des adolescents. Les enquêtes sur les pratiques culturelles et la préoccupation d'abord de la variable « sexe » puis « genre » et enfin l'intérêt porté à l'identification des processus ont permis de montrer à la fois des pratiques sexuellement clivées, des modalités d'appropriation différentes (Mieyaa, Rouyer, 2013), ainsi que des bricolages et des transgressions qui peuvent coexister avec la perception par les individus que des activités sont « naturellement » genrées (Octobre, 2014). Une note de synthèse importante parue en 2014 dans la *Revue Française de Pédagogie*, constituée par Rouyer, Mieyaa, Le Blanc fait l'état des recherches en contexte francophone et anglophone sur le concept de genre en lien à la question éducative. L'appropriation

singulière d'un rapport au genre dans une perspective constructiviste semble bien un acquis de la recherche. Ils font par ailleurs la proposition de poursuivre les travaux en s'appuyant les avancées de la psychologie (Mieyaa, Rouyer, 2013) en investiguant ce que disent les sujets de trois dimensions :

«les différentes normes de genre dans la construction de leur identité ; les principales explications (biologique, sociale et/ou psychologique) des différences entre les sexes auxquelles ils sont confrontés et comment ils s'approprient ces explications ; les différentes expériences de socialisation au regard de leurs multiples appartenances (sociale, ethnique, culturelle, générationnelle, etc.) »

Reprenant cela dans la perspective d'une littéracie adolescente telle que nous avons pu la développer (Schneider, 2014) il s'agit de repérer comment les adolescents mobilisent les clichés sur le genre, les prennent à leur compte, comment ils les transforment, les questionnent. En effet, les écrits produits par les adolescent-e-s constituent autant de traces mais aussi de prises, supports d'activité identitaire et élaborent un paysage scriptural médiant leur rapport au monde et organisant leur sociabilité. Les travaux d'Olivier Galland ont souligné le rôle d'une sociabilité adolescente qui s'appuie sur un capital relationnel qu'il s'agit de constituer, d'enrichir et de maintenir tout en gérant une forte dimension émotionnelle de cette sociabilité (Galland, 2010). Le développement des réseaux sociaux numériques a fortement fait évoluer la vie relationnelle adolescente. En effet, depuis la création de Facebook en 2006 et l'évolution des RSN vers des médias sociaux proposant à la fois la gestion de profils personnels et l'accès à l'information de tous types, les jeunes ont investi de nouvelles manières d'être ensemble, de donner à voir leur relations, leurs goûts mais aussi de forger ceux-ci. La sociabilité adolescente se construit hors ligne et en ligne dans des modes d'engagement divers, renouvelant les modalités de l'amitié (Boyd, 2016). Les adolescent-e-s consultent, visionnent des vidéos *Youtube* produites par d'autres de manière intensive, ils y passent beaucoup de temps que cela soit pour s'informer ou pour se divertir, ils construisent ainsi un réseau social en ligne qui s'hybride à celui hors ligne dans une recherche de liens de qualité mais aussi de popularité (Cordier, 2015, Frau-Meigs, 2015). Quelle médiatisation du genre et des stéréotypes liés peut-on trouver sur cette plate-forme ? Quand les jeunes prennent l'occasion d'aborder ce thème, qu'en disent-ils ? Peut-on soulever quelques questions qui permettraient d'interroger le rôle de la plate-forme dans la scénarisation et la médiation des rôles sociaux de genre ? Ces espaces de sociabilités ont été étudiés en sciences de l'information et de la communication en particulier. Fabien Granjon, dans une approche critique, questionne l'influence de l'exposition de soi sur les

réseaux sociaux numériques au regard de l'enjeu de la construction identitaire (Granjon, 2014). S'appuyant sur les travaux des sociologues de l'identité tels que Kaufmann, il met en doute le fait que la dissémination des traces de soi sur les réseaux soit le signe d'une plus grande autonomie, et d'une réflexivité des sujets. Il s'agirait bien plutôt d'une dépossession. Les réseaux sociaux numériques sont des espaces de communication dans la mesure où ils spatialisent les interactions entre ceux qui publient et ceux qui visionnent, entre ceux qui commentent et ceux qui lisent, les individus pouvant jouer simultanément ou successivement ces rôles. Les adolescentes sont confrontées aux mises en discours des rapports sociaux, que cela soit dans leur vie privée, au collège et au lycée, dans les médias traditionnels et sur internet. L'ensemble est très divers, le genre est thématisé en fonction des logiques à l'œuvre mais aussi des individus singuliers qui les incarnent. Comment sont mis en scène les propos, quels éléments des rôles et rapports sociaux de genre peut-on identifier ? Quels types de commentaires suscite cette vidéo ? Quels traits sont alors repris ? Peut-on en repérer d'autres manifestant une prise de position, pour quelle appartenance ? Que produit la situation de communication particulière constituée par ces commentaires apparaissant de manière anté-chronologique ? Des interactions se mettent-elles en place ou a-t-on à faire à des expressions d'opinions ? Quelle représentation émerge de cette situation sociale constituée par la production-publication d'une vidéo et le visionnement-commentaire pour des adolescent-e-s ?

## **Présentation du corpus et méthodologie<sup>iv</sup>**

### **« Le Monde selon V. »**

« Le Monde selon V. » est une chaîne Youtube ouverte en 2013 et qui compte 77264 au 22 juillet 2016 et 84007 abonnés au 29 octobre 2016, ce qui manifeste l'intérêt persistant. La première vidéo déposée s'intitule « La rentrée des classes » et correspond à l'entrée en seconde de l'adolescente qui se filme et s'adresse à qui est intéressé et veut s'abonner. Six vidéos ont été mises en ligne entre 2013, date de la création de la chaîne et 2016, dernier dépôt. Elles portent les titres suivants dans l'ordre chronologique : « la rentrée des classes », « les filles », « Halloween », « Les vacances de Noël », « Mon premier maquillage », « Les Fans », « Bonus : los tutoriales, extrait de mon projet d'espagnol ». Ces six vidéos couvrent trois ans de la vie de cette adolescente<sup>v</sup>. Un compte Facebook et un compte Twitter sont associés à la chaîne.

Nous nous appuyerons précisément dans cet article sur la vidéo dont le titre fait référence explicitement à la question du genre « Les filles » et qui a totalisé plus de 830000 vues. Alors que V. a raconté ses préparatifs de rentrée en seconde dans une première vidéo, elle consacre « les filles » (4mn35) à contester le rôle qu'elle perçoit qu'« on » lui impose :

« La féméniquoi ?!?! Non je ne connais pas... C'est un truc de fille ? Aaah ! Cela explique tout ! Être une vraie fille c'est tellement compliqué, je crois que j'ai abandonné...

Enjoy ;) » (figure 1)

Dans ce qui paraît être un prologue avant le générique, elle apparaît vêtue d'un sweat-shirt gris, elle a mis la capuche sur une casquette et adopte un accent qui semble renvoyer à un parler populaire, de cités « Moi j'suis pas féminine (2 fois) c'est ça ouais bouffon (fait sembler de cracher) ». Elle alterne ensuite les plans de commentaires et les illustrations humoristiques. Elle aborde ainsi successivement le maquillage, les vêtements, les manières de parler, les loisirs des « vraies filles ». A partir de la troisième minute, elle explique qu'elle se comporte aussi ainsi mais « en cachette ». 2951 commentaires ont été déposés depuis octobre 2013 jusqu'au mois de mai 2016, la vidéo comptabilise 836 304 vues, 17980 *thumbs up*, 1230 *thumbs down*<sup>vi</sup>.

### Le monde selon Victoria - Les filles



[Le Monde Selon Victoria](#)

77 264

835 017 vues

Démarrer à :

Ajoutée le 25 févr. 2014

La féméniquoi ?!?! Non je ne connais pas... C'est un truc de fille ? Aaah ! Cela explique tout !

Être une vraie fille c'est tellement compliqué, je crois que j'ai abandonné...

Enjoy ;)

Figure 1

présentation de la  
vidéo sur la chaîne,  
juillet 2016

## Méthodologie de traitement et d'analyse

Nous utilisons ici la méthodologie de l'étude de cas à titre exploratoire. Formaliser une technique d'enquête qualitative sur des contenus médiatiques a souvent été mis en œuvre dans les études médiatiques. En revanche, beaucoup de questions se posent encore sur la manière d'investiguer des objets plus récents de la culture adolescente. Il s'agit de pouvoir objectiver et délimiter le terrain



afin de construire les données qui seront à traiter (Héas, Poutrain, 2003). En l'occurrence, la question étant celle d'identifier les possibles mises en discours et questionnements concernant le genre à partir d'une situation de communication en ligne, notre corpus est constitué de la vidéo et de l'ensemble des commentaires. La chaîne, les autres vidéos déposées par l'adolescente ainsi que les comptes de réseaux sociaux numériques associés en constituent l'environnement éditorial et communicationnel qui participent aussi de la circulation des représentations sur le genre mais demanderait une méthodologie de plus grande ampleur. Il s'agit bien d'une étude de cas, dans la mesure où ce corpus actualise un phénomène, une situation sociale qui met en jeu le rapport au genre et aux stéréotypes liés. Cette méthodologie est parfois contestée mais est tout à fait pertinente dans une approche inductive visant à produire des savoirs concrets, contextualisés qui pourront ouvrir sur d'autres enquêtes (Roy, 2009).

Nous précisons premièrement la manière de traiter les données collectées pour ensuite préciser la démarche d'analyse. La vidéo a été précisément transcrite dans leur déroulement mais aussi dans l'agencement en identifiant les lieux, les acteurs, les traits relatifs au genre, qu'ils soient présents ou évoqués. L'ensemble de la vidéo « Les filles » fonctionne sur des oppositions nettes entre V. et ce qu'elle nomme « les filles », ce terme générique parfois au singulier n'est jamais remplacé mais il est complété ce qui lui permet de marquer son positionnement : « quand une fille se maquille », « Moi, rien qu'avec un mascara c'est massacre à la tronçonneuse.. une vraie fille, elle est habituée au maquillage », « chez le coiffeur, une fille comprend tout de suite.... alors que moi... ». Le ton est humoristique, souvent outré et fonctionne sur des implicites. Ainsi, une série de plans la montrent jouant le rôle d'une « fille » critiquant la manière d'être habillé d'un autre jeune. C'est alors le ton de la voix, les gestes qui permettent de comprendre à quel genre d'adolescente elle fait référence. C'est aussi physiquement qu'elle montre au fil de la vidéo son positionnement personnel : vêtements, ton de la voix, onomatopées. Ces choix de traits genrés ne sont pas spécifiques d'une lycéenne et apparaissent dans des entretiens que nous avons pu mener avec des collégiennes. Nous avons collecté l'ensemble des commentaires déposés depuis trois ans dans un tableur et avons procédé à plusieurs tris : les contributeurs, les pseudonymes utilisés, les dates, les commentaires<sup>vii</sup>, les interactions (nombre et interlocuteurs). Nous les avons indexés par mots-clés pour les thèmes abordés, la dimension du genre en jeu, et les formes de discours<sup>1</sup>. Nous avons procédé au nettoyage des données en éliminant les doublons et les quelques trolls évidents, nous avons fait un relevé

---

1 Exemple de mots-clés : jeu vidéo - physique

d'occurrences. C'est une analyse de contenu qui nous a ensuite permis de construire les indicateurs en lien aux questions de recherche. Il s'agit non seulement d'une enquête qualitative mais d'une échelle micro.

Les contributeurs sont aussi bien des filles que des garçons et il y a précisément 575 contributeurs différents pour 2951 commentaires<sup>viii</sup>. Cela permet de comprendre que les interactions sont relativement faibles, peu de contributeurs vont au-delà d'un commentaire. Nous ne pouvons être plus précis sur la totalité des commentaires étant donné que bon nombre des pseudonymes utilisés sont ambigus quant au genre. En revanche, quand l'identification est possible et qu'elle ajoute à l'analyse, cela est précisé.

## Résultats

### Réactions et positionnements subjectifs

Les commentaires sont l'occasion pour les adolescentes et l'ensemble de ceux qui auront visionné de se positionner sur ce qui est dit et mis en scène de « la féminité » à partir de la vidéo proposée. La majorité des commentaires fait état d'une forme d'identification avec V. L'utilisation de l'adjectif adverbial « pareil » ainsi que des formes de réassurances de la part de jeunes filles, dont l'âge n'est pas précisé sont récurrents : « Ne t'inquiète pas, je suis comme toi. ». L'approbation est à la fois pour V. et pour l'adolescente qui écrit : elles représentent la normalité dans leur manière de vivre ou ressentir leur féminité. C'est une appartenance à une catégorie sociale dont la vidéo fait le portrait qui est affichée ainsi.

Les réactions sont parfois négatives et sans appel en particulier en utilisant l'adjectif « normal »

« Fxxx Fxxxx<sup>ix</sup>

Sa craint a ton âge de pas être féminine franchement j'aime le maquillage les fringues et c'est normal quand t'es une fille !!!! Et brosse toi ou lisse toi au moins les cheveux !! Bonne chance <sup>2</sup>»

### Thématisation du stéréotype dans les commentaires

---

2 Les verbatim restituent les propos de manière exacte : orthographe, syntaxe, lexique, ponctuation.

Comme dit plus haut, la vidéo met en scène le rapport au genre de V. dans la mesure où elle fait le choix de mobiliser certains traits du rôle social qu'elle assimile à l'identité « fille ». Au fil des commentaires, nous voyons à la fois les traits qui suscitent des réactions et ceux qui sont précisés, pour certains mêmes ajoutés.

Parfois la féminité renvoie au sexe et aux caractéristiques physiques. Être une fille tel que décrit par V., cela renvoie à la culture qui impose ses normes. Ces deux dimensions sont clairement mises en tension.

« L. D.

Rassure toi, tu n'as pas besoin de te maquiller ou aimer te prendre une photo pour être une fille, ce ne sont que des stéréotypes qu'on nous envoie à longueur de journée partout autour de nous. En réalité, pour être une fille, seuls un utérus, des ovaires, et un vagin suffisent. La "féminité" n'est qu'un concept culturel, alors surtout reste toi-même, et sois une personne, un individu, avant d'être "une fille" :) »

« A. D.

être une femme ça ne veut pas dire aimer le rose. ça ne veut rien dire, sinon avoir un appareil génital féminin. Le reste ne regarde que toi. Ton anatomie n'a rien de culturel. »

Pour certaines, « être une fille » arrive un jour ou l'autre : adopter les éléments de son rôle, à savoir le maquillage, les vêtements, l'intérêt porté aux garçons, apparaît comme un processus inéluctable.

« L. De S.

c'est les gamines qui t'ailles, perso les filles ne soyer pas focul, moi j'assume ????  
t es comme moi .....Avant t inquiete pas un jour tu vas te reveiller toute  
changer .....? »

Progressivement, les deux dimensions physiologique et culturelle seraient en adéquation.

La difficulté à se situer dont fait état V. semble être intragénérationnelle : parmi l'ensemble des individus de sexe féminin, certaines manquent de maturité et ne se positionnent pas correctement, exagèrent, elles faussent ainsi le regard que l'on porte alors sur les filles en général. L'appartenance au genre féminin serait un horizon d'attente précédé d'un temps nécessairement inconfortable.

Le maquillage est le trait le plus repris avec 230 occurrences<sup>3</sup>, souvent associé au thème des vêtements pour construire le réseau que nous nommerons de la coquetterie, même si le terme qui

---

<sup>3</sup> Il s'agit des formes lemmatisées : maquillage, maquiller, maquille, etc. ainsi que des variations orthographiques telles que makillage.

n'est jamais utilisé : « robe et tt le tralala », « passer trois heures devant le miroir » s'oppose au réseau « c'est pourri », « je déteste le mascara ».

« M. A.

les trucs les plus insensées que fait une fille selon moi c'est : Qu'elle parle trop de garçons  
Qu'elle se maquille tout le temps Qu'elle n'arrête pas de faire sa petite peste Qu'elle fait des  
selfie tout le temps ... PS : Je ne suis pas comme ça »

D'autres caractéristiques s'ajoutent et précisent cette image de la « fille » en la caractérisant par des exemples ou par contraste, en disant ce que les « garçons manqués » ou les « fausses filles » font. Les « vraies filles » font des « duck face », « passent trois heures devant un miroir », « critiquent », sont des « directioners », des « lovateurs » voire des « talleurs »<sup>x</sup>.

## Faire évoluer les catégories

Des critères sont ajoutés par celles qui se reconnaissent distantes de ce portrait de « vraie fille »: les mangas et le fait d'être une geek -dans les commentaires mais aussi très présents dans les pseudonymes choisis-, la pratique du sport et en particulier du football, et l'écoute de la musique métal sont fièrement mentionnés à plusieurs reprises. Les commentaires qui commencent de façon récurrente par « Moi, je », sont aussi l'occasion de se positionner de manière plus mitigée, parfois de façon assez virulente au regard en particulier de l'usage du maquillage et des jeux vidéos.

« Q. p.

Ce que j'aime pas dans cette vidéo, c'est qu'on a l'impression que "Call of" c'est LA référence du jeu vidéo alors qu'il n'y que des kikoo qui jouent à ce jeu ... Par contre quand une fille y joue, est-ce que ca fait d'elle un "garçon manqué" ou une fausse fille ? Non ça fait d'elle un kikoo rien de plus. Être féminine ne veut pas dire ne pas jouer aux jeux vidéos De plus pour le maquillage, je suis en première et je vois plus de fille sans qu'avec. Je veux pas faire ma féministe attardé mais depuis quand pour être féminine il faut être une grosse bécasse avec les ovaires en éruption, fan de musique plus que commerciale, écrivant dans un journal intime que sa vie se résume à des photos en duck face avec ces amies ? "Choses insensées qu'une fille puisse faire ? Réfléchir au fait de se classer dans une catégorie opposé et différente de celle d'un garçon en se basant sur des clichés puérils".

Ce commentaire est particulièrement intéressant en ce qu'il ajoute une catégorie « kikoo » et utilise le terme « féministe » complété de l'adjectif « attardé ». Nous pouvons identifier ici le refus de

l'étanchéité des catégories caricaturales mais aussi la connotation négative attachée à « féministe ». Les termes « cliché », « idées fausses », « fausses informations » « stéréotypes » sont utilisés sur une cinquantaine de commentaires pour critiquer les propos de V. et apporter des manières d' « être une fille » aux traits plus hétérogènes, renvoyant néanmoins toujours aux pratiques culturelles et aux rapports sociaux. C'est encore le duo jeu vidéo/maquillage qui sert pour nuancer. Les jeux vidéos sont souvent cités mais pour des raisons diverses. Le jeu *Call of Duty* apparaît 240 fois et est régulièrement associé à d'autres : *Battlefield*, *Minecraft*, et *GTA*. Il est souvent mentionné comme élément de connivence entre V. et ceux qui commentent. C'est aussi le point de départ d'une différenciation qui va à l'encontre des préjugés associant *gameur* et masculinité.

« L. T.

Je suis une fille féminine pourtant j'suis une grosse gameuse, j'mange n'importe comment et je me tiens pas forcément bien. malgré tout ça j'm'habille bien et je me maquille très légèrement. Faut de tout ^^ . »

« P... Je compatis certe je joue a calof<sup>xi</sup> cette je me maquille pas et ne me regarde pas dans le miroir pendant 2h mais je suis moi et voilà lol bonne vidéo et continu :) PS : mon psn pour se faire un petit calof : P.0134 :) »

« N.w.

moi j'suis l'genre de fille qui se maquille qui s'habille comme un mec qui rie pour rien qui joue a call of, minecraft, gta pendant des heure qui est toujours avec mes deux meilleur amis ect... bref les fille qui court apres des mec qui on trois fois leur age non merci! »

Les commentaires les plus longs sont ceux qui explicitent un positionnement qui n'éluide pas les tensions, parfois les revendiquent.

## Discussion

Ces premiers éléments identifiés à partir de l'analyse des 2951 commentaires permettent de soulever plusieurs questions quant à la médiatisation du rapport au genre et quant au rôle que peut jouer un espace de communication tel que celui-ci. Nous précisons tout d'abord que l'espace de communication est produit par les dépôts de V. et les commentaires successifs mais que ceux qui contribuent ne lisent qu'une partie des commentaires et ainsi produisent pour chacun d'entre eux un espace de communication plus réduit. Cette distinction est essentielle pour comprendre les enjeux sociaux et individuels réels. En effet, les interactions se mettent en place à des moments et des

échelles différenciés, et jouent un rôle sur la compréhension et l'appropriation des contenus. Nous pouvons supposer que pour les un-e-s et les autres, les commentaires constituent autant de prises pour un cheminement personnel.

## La mise en discours des stéréotypes de genre et leur flexibilité possible

De manière complexe, nous sont proposées ainsi à la fois une thématisation stéréotypée et une mise en discours de possibles variations dans le rapport au genre. Les individus écrivent de manière impliquée, le ton est souvent vif, l'écriture hachée. Les déictiques sont très présents, inscrivant les propos dans un « ici et maintenant ». Les stéréotypes mobilisés sont ceux que les jeunes peuvent expérimenter dans les espaces du quotidien comme le lycée, le domicile de soi ou des ami(e)s qui peuvent recouper ceux que les médias diffusent. En effet, la plate-forme Youtube propose un grand nombre de vidéos mettant en scène ces « vraies filles », leur « routine du matin » ou du soir, leur « SWAP<sup>xii</sup> », les projets « DIY », etc. Par ailleurs, ces pratiques issues des médias en ligne se diffusent dans les médias hors ligne et les commerces qui proposent aussi des « box routines », l'ensemble constituant un environnement produit par les industries commerciales et médiatiques qui peuvent susciter le sentiment d'exclusion de celles qui n'adhèrent pas aux propositions. Nous voyons bien dans les commentaires comment ce qui relève de l'apparence, vêtements, maquillage, gestes, manière de prendre des photos est majoritaire pour élaborer le positionnement en distinction/rejet ou appropriation/adhésion.

Pour exprimer des modalités plus flexibles du rapport au genre, des procédés discursifs sont identifiables : des commentaires plus longs, l'expression de la simultanéité « En même temps, tu peux... », de la concession : « perso, je me maquille...mais à côté de ça... », « On a tous le droit de...mais j'avoue... » des périphrases pour dire la tension « c'est compliqué », « moi jsuis plus un gars mais on le remarque pas...Keep Hope ». L'usage de certains temps verbaux permet d'explicitier les évolutions dans une histoire personnelle même courte, quelques mois pour un ou une adolescent-e. Nous voyons clairement que le rapport au genre s'exprime ainsi mais que la possibilité de la mise en question du cliché, de la simplification du stéréotype ne peut être questionnée que par l'usage de formes littéraciées plus élaborées qui vont permettre de mettre en discours la dialectique ressentie, les bifurcations vécues ou souhaitées, la confrontation entre la perception individuelle et l'observation de la réalité.

## La part du dispositif sur le questionnement du genre

Une des questions qui se posait à nous au début de cette exploration est celle du rôle joué par le dispositif sur la médiatisation du rapport au genre. Nous avons mentionné les déictiques plus haut qui présupposent que la vidéo s'inscrit dans la même temporalité que les commentaires. Cette illusion temporelle est très nette dans la mesure où V. continue d'être interpellée ces dernières semaines à propos de cette vidéo pourtant déposée il y a trois ans. Cet élément met en évidence les agencements personnels, provisoires et spécifiques que crée chaque jeune qui accède à la chaîne et à la vidéo. Il s'inscrit dans un dispositif socio-technique qui impose un fonctionnement à tous : organisation par chaînes, dépôts taggés et quantifiés, commentaires et liens vers d'autres contenus, d'autres plate-formes. Mais l'accès en est personnalisé : abonnement, contenus proposés en fonction des préférences et habitudes de consultation. Si l'on ajoute à ces éléments, le fait que les interactions sont en réalité très minimales en nombre, nous voyons que l'espace de communication n'est pas produit à l'échelle de Youtube, ni même de la chaîne mais bien plutôt à l'échelle de la page écran qui limite ce à quoi on a accès : la chaîne, la vidéo et les commentaires directement accessibles.

L'observation des commentaires auxquels V. a répondu et ceux qui ont suscité des interactions entre internautes sont d'un petit nombre. Concernant les premiers, ils sont systématiques quand le commentaire encourage, valorise la vidéo et que l'on souhaite ou promet la popularité. Au-delà de la mise en discussion affichée de clichés sur le fait d'être une fille, nous pouvons voir que l'enjeu est d'être vue, les commentaires mentionnant qu'il y a *abonnement* sont « aimés » par V.. Sur son compte Facebook, elle poursuit les échanges de manière collective mais pas du point de vue des discussions sur le genre. Il s'agit plutôt d'annoncer les vidéos suivantes, de remercier les abonnés et de faire la publicité de ses rencontres avec des youtubeurs célèbres, Norman et Cyprien. Nous faisons l'hypothèse que le dispositif et ses modes de quantification par la popularité conduit à façonner les contenus pour susciter l'engouement. Le genre constitue une opportunité pour les Youtubeurs de ce point de vue dans la mesure où il est propice à la caricature et aux prises de position spontanées.

**La notion d'espace public de discussion que pourrait revêtir la chaîne Youtube et la place laissée aux adolescents.**

L'examen des commentaires montre aussi la densité identitaire, l'épreuve que ces processus et cette

confrontation à l'environnement social et médiatique provoque sans réellement proposer d'espace de discussion. Comment tenir à la fois ce que nous avons dit des possibles formulations des mises en question des stéréotypes par l'écriture et cette emprise du dispositif régi par des logiques commerciales ? Il faut redire que l'espace de communication s'actualise pour chaque personne qui le consulte. Contrairement à ce qui avait été analysé concernant la co-construction du contenu et la forte implication de l'auteur dans l'élaboration éditoriale d'un site personnel (Licoppe, Beaudouin, 2002), Youtube contraint fortement la production, le principe de la chaîne permet de personnaliser peu l'architexte proposé aux internautes. Parallèlement, cela sous-entend qu'il ne s'agit pas d'un espace public mais bien plutôt d'un espace transitionnel entre espace privé et public (Debaveye, 2012). V. mobilise des éléments de sa sphère privée qu'elle enrichit d'éléments plus généraux qui circulent sur le genre. Même si nous pouvons supposer que le processus d'élaboration de la vidéo et ses suites ont joué un rôle dans la construction de son identité et de sa possible réflexivité, la production de « soi » consiste surtout ici en l'exposition d'un soi acceptable. La construction identitaire dans sa dimension sexuée n'est pas transgressive et correspond bien plutôt à un bien pensant aux faibles enjeux féministes, véhiculé par certains médias « jeunes ». La vidéo fonctionne parce qu'elle est faite de clichés. Ce qui lui est d'ailleurs reproché dans plus d'une centaine de commentaires. Dans cette volonté de V. de mettre en question les stéréotypes dont elle dit souffrir, elle en mobilise d'autres ainsi que des rapports de classe implicites. Parmi les commentaires les plus récents, présents aussi sur la page Facebook, nous trouvons la mention de la classe sociale de V. identifiée par des internautes en raison de son prénom, connotée classe sociale, de ce que l'on voit de son appartement « haussmannien » et des traits qu'elle attribue au genre mais qui montre en fait l'emprise des stéréotypes diffusés par les médias concernant les milieux sociaux :

« Ça se voit qu'elle vit dans un trou pommer à la campagne mdr elle fait " wesh wesh " et elle a cru elle était une meuf des cités et tout mdrrrrrr »

La vidéo suivante est intitulée « Mon premier maquillage ». V. explique qu'elle veut se filmer se maquillant pour la première fois pour faire la preuve qu'elle n'est pas « une vraie fille ». Elle enchaîne alors les produits, les gestes maladroits tout en s'amusant visiblement. Un des derniers commentaires souligne cette question :

« M. 1.

Bourgeoise parisienne dans son big appart Haussmannien . Qui peut se permettre l'anticonformisme. Non l'humour ne s'achète pas. Désolé si c'est un peu haineux... Mais c'est



ce que je pense ».

## Conclusion

Le projet de cette enquête exploratoire est de voir en quoi un espace de communication et de sociabilité en ligne peut être le lieu d'un questionnement du rapport au genre, de manière collective et individuelle. Les adolescent-e-s y produisent un espace social aux configurations variables qui médiatisent par leurs publications et leurs interactions leur rapport au genre. Les pratiques discursives ne sont pas similaires à celles hors ligne dans la mesure où d'une part la pérennité de la présence de la vidéo ainsi que la possibilité de consulter les commentaires élabore un réseau de prises pour l'élaboration identitaire, d'autre part les prises de position peuvent devenir des positionnements par leur scripturalisation. L'enquête menée étant exploratoire, elle comporte des limites en particulier parce qu'elle concerne les traces écrites et ne dit rien des mobiles par exemple. En revanche elle permet d'identifier ce que les jeunes disent sur leur « faire avec » le genre, ce qui émerge des processus d'acculturation, des tensions éprouvées. L'inventaire est à compléter et à confronter à un corpus de vidéos. De même que les pistes identifiées dans la discussion seraient à reprendre systématiquement dans l'analyse exhaustif du corpus. Les logiques commerciales et industrielles influencent les formes médiatiques, les adolescent-e-s contribuent à celles-ci parfois dans l'illusion d'une prise de parole émancipatrice. Cela soulève l'enjeu éducatif d'une formation à la compréhension des dispositifs, des discours et des implicites culturels, leur mode de production et leur circulation, ce qui renvoie aux enjeux de la translittéracie mis en évidence par les enquêtes de l'ANR Translit (Delamotte, Liqueste, Frau-Meigs, 2014) et soulève une réflexion nécessaire sur les inégalités sociales et culturelles dont nous faisons l'hypothèse qu'elles se cumulent à celles de genre.

## Bibliographie

ALBERO B., « Penser le rapport entre formation et objets techniques : Repères conceptuels et épistémologiques », LECLERCQ G., VARGA R. (2010) : *Dispositifs de formation et environnements numériques : enjeux pédagogiques et contraintes informatiques*. Paris : Hermès / Lavoisier, pp. 38-69.

- CORDIER A., (2015), *Grandir connectés, les adolescents et la recherche d'information*, C&F éditions.
- DEBAVEYE J. , (2012), « Relinking expertise : de l'expérience privée à l'expérience médiatique du partage de vidéo en ligne », *Revue Canadienne d'Études Médiatiques*, Numéro spécial. Experts et amateurs en Communication et culture, pp.115-140.
- DELAMOTTE E., LIQUETE V., FRAU-MEIGS D., (2014). *La translittératie ou la convergence des cultures de l'information : supports, contextes et modalités*, Spirales n°53. p. 145-156.
- DOHNT H. & TIGGEMANN M. (2006). « The contribution of peer and media influences to the development of body satisfaction and self-esteem in young girls: A prospective study ». *Developmental Psychology*, no 42(5), p. 929-936.
- ENGLAND D. E., DESCARTES L. & COLLIER-MEEK M. A. (2011). « Gender rôle portrayal and the Disney Princesses », *Sex Roles*, no 64, p. 555-567.
- FRAU-MEIGS D., (2014) « L'enfant connecté à l'ère cybériste, quel bien-être médié ? », Textier D., *L'enfant connecté*, Erès, p .107-130
- GALLAND O., (2010), «Introduction. Une nouvelle classe d'âge ? », *Ethnologie Française*, 2010/1-Vol.40, Paris: P.U.F. pp.5-10.
- GRANJON F., « Du (dé)contrôle de l'exposition de soi sur les sites de réseaux sociaux », *Les Cahiers du numérique* 2014/1 (Vol. 10), p. 19-44.
- HALIM M. L., RUBLE D. N., TAMIS-LEMONDA C. S., ZOSULS K. M., LURIE L. E. & GREULICH F. K., (2014). « Pink frilly dresses and the avoidance of all things “girly”: Children’s appearance rigidity and cognitive theories of gender development ». *Developmental Psychology*, no 50(4), p. 1091-1101.
- LACHANCE J., (2016), « L'éthos de l'adolescent dans les mondes numériques : le rôle des destinataires », *Itinéraires* [En ligne], 2015-3 | 2016, mis en ligne le 01 juillet 2016, consulté le 02 juillet 2016.
- LICOPPE C., BEAUDOUIN V., (2002), « La construction électronique du social : les sites personnels. L'exemple de la musique », *Réseaux* 2002/6 (no 116), p. 53-96.
- MARDON A. (2010). « Construire son identité de fille ou de garçon : pratiques vestimentaires au collège ». *Cahiers du genre*, no 49, p. 133-154.
- MIEYAA Y. & ROUYER V. (2013). « Genre et socialisation de l'enfant : pour une approche

plurifactorielle de la construction de l'identité sexuée », *Psychologie française*, no 58(2), p. 135-147.

OCTOBRE S., (2014a), *Questions de genre, questions de culture*, Ministère de la Culture - DEPS « Questions de culture ».

OCTOBRE S., (2014b), *Deux pouces et des neurones. Les cultures juvéniles de l'ère médiatique à l'ère numérique*, Paris, La Documentation Française, coll. « questions de culture », 285 p.

PASQUIER D. (2005), *Cultures lycéennes. La tyrannie de la majorité*, Paris, Autrement.

HÉAS S., POUTRAIN V., 2003. « Les méthodes d'enquête qualitative sur Internet ». *ethnographiques.org*, Numéro 4 - novembre 2003 [en ligne].<http://www.ethnographiques.org/2003/-Heas,Poutrain> -

ROY, S.N. (2009). L'étude de cas. In B. Gauthier (Éd.), *Recherche sociale de la problématique à la collecte de données* (5<sup>e</sup> éd., pp.199-225). Québec : Presses de l'Université du Québec.

ROUYER V., MIEYAA Y., LE BLANC A., « Socialisation de genre et construction des identités sexuées », *Revue française de pédagogie*, 187 | avril-mai-juin 2014.

SCHNEIDER E., (2013), *Économie scripturale des adolescents : enquête sur les usages de l'écrit de lycéens*, Doctorat de Géographie physique, humaine, économique, régionale, thèse co-dirigée en Sciences de l'Information et de la Communication, Université de Caen.

SCHNEIDER E., (2014), « Y a-t-il une littéracie adolescente ? Jalons pour une géographie de l'écriture. », *Spirales* n°53, p.61-71.

WEST C. et al., (2009), « Faire le genre », *Nouvelles Questions Féministes* 2009/3, (Vol. 28), p. 34-61.

- i Nous définissons la translittéracie comme la traversée des littéracies
- ii A noter en particulier la vidéo produite par l'entreprise Always « Comme une fille » en 2014.
- iii Elle apparaît pourtant dans notre enquête dans les propos de certaines jeunes filles.
- iv Dans une démarche ethnographique, les dimensions épistémologique et méthodologique avancent conjointement. Pour la lisibilité, nous séparerons les deux mais c'est une première exploration du corpus qui a permis de construire les questions de recherche et en retour a permis d'affiner la méthodologie d'enquête.
- v Nous préférons prendre en compte la date de dépôt, sachant que la création de la vidéo peut être distante dans le temps. La chronologie des dépôts peut être différente de celle des créations, il faut donc être vigilant à ne pas interpréter ces éléments de manière erronée.
- vi Il s'agit d'une terminologie iconique : pouce levé et pouce baissé, dans les commentaires, il est parfois question de pouce bleu, vert, rouge.
- vii Chaque fois que la compréhension ne semble pas gênée, nous avons conservé les graphies originales.
- viii Certains pseudos semblent renvoyer aux mêmes personnes.
- ix Les pseudonymes ont été masqués, les initiales sont conservés pour discriminer ceux qui seraient similaires. Quand le choix du pseudonyme joue un rôle dans la compréhension du commentaire et de l'interaction- par exemple un pseudonyme qui est un personnage emblématique de la culture jeune- cela est précisé.
- x Fan de One Direction, de Demi Lovato, de Tal.
- xi Souvent utilisé pour désigner Call of Duty.
- xii Les Youtubeuses amateurs et professionnelles organisent leurs vidéos en catégories. Le Swap consiste en la mise en scène d'un troc entre ami(e)s, le DIY, Do It Yourself concerne des réalisations manuelles, les routines sont des pratiques de maquillage ritualisées dans leur déroulement et leur contenu.