

**Faculté des sciences économiques,
sociales, politiques et de communication**

**Empowerment virtuel sur Instagram : la
création de safe places par des comptes de
personnes sans notoriété publique
préexistante pour amplifier la voix féminine et
dénoncer les pratiques critiquables.**

Auteur : Aria MOUYART

Promoteur(s) : Sarah Sepulchre

Année académique 2024-2025

Master [120] en communication à finalité spécialisée communication
stratégique des organisations

Déclaration sur l'honneur, mémoires de l'Ecole de communication, UCLouvain

Je déclare qu'il s'agit d'un travail original et personnel, que toutes les sources référencées ont été indiquées dans leur totalité et ce, quelle que soit leur provenance, et que l'utilisation des outils d'intelligence artificielle est conforme aux consignes d'utilisation publiées par la Faculté ESPO et disponible à cette adresse :

<https://intranet.uclouvain.be/fr/myucl/facultes/espo/intelligence-artificielle-consignes-d-utilisation-pour-les-etudiant-es.html>

Je suis conscient·e que le fait de ne pas citer une source, de ne pas la citer clairement et complètement, de ne pas annoncer dans une partie spécifique en début du mémoire l'utilisation que j'ai faite des outils d'intelligence artificielle ou de les utiliser de manière contraire à ce qui est prévu dans la note facultaire constituent des irrégularités graves au regard du *Règlement des études et des examens de l'Université catholique de Louvain* (Chapitre 4, section 7, article 107 à 114) au sein de l'Université. J'ai notamment pris connaissance des risques de sanctions administratives et disciplinaires encourues.

Au vu de ce qui précède, je déclare sur l'honneur ne pas avoir commis de plagiat ou toute autre forme de fraude et de n'avoir pas utilisé les outils d'intelligences artificielles en dehors de ce qui est accepté à l'UCLouvain.

Nom, Prénom : MOUYART Aria

Date : 13/08/2025

Signature de l'étudiant·e :



Remerciements

Je souhaite remercier toutes les personnes qui ont participé, de près ou de loin, à la rédaction de ce mémoire. Sans leur soutien et leur aide, ce travail n'aurait pas été aussi abouti.

Je tiens tout particulièrement à remercier Madame Sarah Sepulchre, ma promotrice, pour sa disponibilité, ses conseils pertinents et ses encouragements tout au long de ce projet. J'ai pu progresser avec confiance grâce à son appui et son expertise.

Je remercie également ma famille pour leur soutien et leur patience, en particulier mon papa, Philippe, qui a suivi ce projet depuis le début et dont l'aide a été précieuse. Je voudrais également remercier Françoise, Marie-Paule et Cristelle pour leur relecture attentive ainsi que Hugo pour son soutien moral et pour avoir toujours cru en moi.

À toutes et tous, sincèrement merci.

Table des matières

1. Introduction	6
2. État de l'art	8
2.1. Origines et évolution du féminisme.....	8
2.1.1. Les vagues du féminisme	8
Première vague (1850-1950).....	8
Seconde vague (1950-1980).....	9
Troisième vague (1990-?).....	10
L'existence d'une quatrième vague (post 2010) ?	11
Un nouveau militantisme hybride	12
2.1.2. Féminisme et espaces numériques : Les réseaux sociaux comme espaces publics et outils de sociologie	14
2.2. L'empowerment : origines, définitions et applications	15
2.2.1. Origines du concept.....	16
2.2.2. Les quatre types de pouvoir.....	18
Pouvoir Sur (Power over).....	18
Pouvoir Avec (Power with).....	18
Pouvoir Pour (Power to).....	19
Pouvoir Intérieur (Power within)	19
2.2.3. Empowerment dans le contexte numérique.....	19
2.3. La notion de safe place	20
2.3.1. Origines et définition	20

2.3.2.	Safe place et engagement en ligne.....	23
2.3.3.	Tensions dans les espaces féministes numériques.....	24
2.4.	L’agentivité numérique.....	25
3.	Méthodologie	27
3.1.	Dispositif méthodologique.....	27
	Analyse quantitative et qualitative de 15 comptes Instagram :.....	27
	Enquête en ligne :	29
	Entretiens semi-directifs :	31
4.	Hypothèses de travail.....	32
5.	Analyses	33
5.1.	Analyse du corpus de 15 comptes Instagram	33
	Thématiques dominantes.....	33
	Tonalités et styles de communication	34
	Formats et stratégies de communication	37
	Espace commentaire et modération.....	39
	Taux et niveau d’engagement	41
5.1.1.	Discussion sur les résultats des analyses du corpus de comptes	42
	Apparition d’un féminisme en ligne : utilisation des réseaux sociaux.....	42
	Dénonciation de pratiques discriminantes et problématiques	42
	Création de safe places numériques et initiation d’empowerment.....	44
5.2.	Analyse de l’enquête en ligne.....	45

Questions démographiques	45
Questions sur les perceptions de ces comptes	48
Question sur l'utilisation personnelle d'Instagram et la relation personnelle avec les comptes analysés	55
5.2.1. Analyses croisées	63
Contribution à la création de safe places (question 2) versus sentiment de solidarité (question 16) :	63
Contribution à l'empowerment (question 4) versus encouragement personnel (question 6) :	65
5.2.2. Discussion sur les résultats de l'analyse du questionnaire	66
Création de safe places virtuelles	67
Le sentiment de solidarité	68
Un empowerment ambivalent mais réel	69
Des figures ordinaires comme nouvelles actrices de la médiation politique	71
6. Retour sur les hypothèses	71
7. Limites et perspectives futures	74
8. Conclusion	75
9. Bibliographie	78
10. Annexes	82
10.1. Corpus de données	82
10.2. Guide et retranscriptions d'entretiens	82
10.2.1. Guide d'entretien	82
10.2.2. Retranscriptions	83
@taspensea	83

@lessalopes	95
@disbonjoursalepute	110
@eva.futura	128
10.3. Questionnaire	143

1. Introduction

Depuis sa création en 2010, la plateforme sociale Instagram n'a cessé de se développer, influençant les méthodes de communication traditionnelles. Le réseau social Instagram offre en effet la possibilité de partager librement du contenu et permet de se connecter à des personnes à qui l'on s'identifie à un quelconque niveau. Avec la popularité croissante d'Instagram, les communautés virtuelles de certains comptes prennent de l'ampleur et offrent une capacité d'influence au possesseur du compte. Au vu de la force de parole offerte par le développement d'une communauté en ligne, certaines personnes ont pris le parti de se servir de la plateforme afin de défendre les luttes sociales actuelles d'une nouvelle façon, et de s'exprimer sur les causes telles que celles défendues par les mouvements féministes plus traditionnels.

Grâce à cette accessibilité, certains comptes comme @feminist ont vu leur communauté croître et dépasser le million d'abonnés, leur conférant une capacité d'influence non négligeable. Tirant parti de cette visibilité, de nombreuses personnes utilisent aujourd'hui Instagram comme un outil de mobilisation, pour porter des causes sociales et militantes, notamment féministes, en dehors des circuits traditionnels. Ces nouvelles formes de militantisme numérique ont donné naissance à une multitude de mouvements féministes sur Instagram, souvent portés par des hashtags viraux : #MeToo (2017) contre le harcèlement sexuel, #FreeTheNipple (vers 2014) contre la sexualisation des poitrines féminines, ou encore #WomenSupportingWomen (2020) valorisant la solidarité féminine. L'essor de ces mouvements prouve qu'un message puissant peut émerger sans célébrité ni structure militante classique, et se diffuser massivement grâce aux détournement de certains codes des réseaux sociaux et à la viralité des contenus.

En parallèle des comptes tenus par des personnalités publiques ou des organisations féministes établies, un autre phénomène émerge : celui de comptes créés par des individus ordinaires, sans notoriété préalable, à l'origine de nouvelles initiatives de protestation. Actuellement, ces comptes comme @abregesoeur ou @taspensea possèdent une visibilité et une notoriété croissante et participent activement à la dénonciation de comportements problématiques, à la création d'espaces virtuels sécurisés (safe places) et à l'amplification des voix de contre-publics marginalisés dans les médias traditionnels (Amsellem & Salas, 2019).

Ce mémoire vise à explorer le phénomène de lutte accessible rendu démocratisé en partie par ce type de compte, en se concentrant sur la manière dont des comptes francophones, nés de l'initiative de personnes non connues du grand public, ont réussi à créer des espaces d'expression libre pour les femmes en tentant de répondre à la question :

Comment l'émergence de comptes francophones sur Instagram, initialement créés par des personnes sans notoriété, a-t-elle contribué à la création de safe places virtuelles pour les femmes ? En particulier, comment ces comptes, émanant d'individus ordinaires plutôt que de célébrités ou d'organisations féministes établies, ont-ils favorisé un sentiment de solidarité et d'empowerment chez les femmes ?

Cette recherche s'ancrera dans les concepts de *safe place* et d'*empowerment*, tout en s'intéressant aux pratiques spécifiques de ces créateurs et créatrices de contenu : leur ton, leur stratégie de communauté, et leur impact concret. Le concept de safe place est issu du féminisme des années 1960 (Vallet-Armellino, 2017), et désigne un espace, physique ou virtuel, dans lequel des individus peuvent s'exprimer sans crainte de jugement, souvent mobilisé dans les milieux militants. Quant à l'empowerment, il fait référence au processus par lequel un groupe ou une personne acquiert du pouvoir d'agir, notamment par la parole, la solidarité, ou l'autonomie décisionnelle. Si l'influence des réseaux sociaux sur les causes féminines a déjà été étudiée, peu de travaux se sont penchés sur le rôle précis de ces voix émergentes et non institutionnelles et sur leur dynamique particulière. L'objectif sera donc d'identifier les caractéristiques propres à ces comptes et d'analyser leur contribution à la création d'espaces virtuels sécurisés pour les femmes. Il s'agira aussi d'examiner comment l'empowerment se

manifeste à travers ces initiatives, notamment dans le ressenti de solidarité, de non-isolement, et dans la prise de parole des femmes au sein de ces communautés.

Cette recherche commencera par un état de la littérature existante sur les concepts abordés, développera ensuite la méthodologie utilisée dans le cadre de ce travail et les hypothèses inférées, puis sur une analyse des contenus et des résultats obtenus afin de permettre un retour sur les hypothèses.

2. État de l'art

Afin de situer cette recherche dans son contexte scientifique, il est important de faire un état de la littérature existante à ce sujet afin d'identifier les concepts clés, les principaux résultats obtenus et les limites des précédents travaux. Cet état de l'art permettra donc de mieux comprendre les fondements théoriques et empiriques du sujet, mais aussi de justifier l'intérêt de cette nouvelle recherche. Cette analyse servira de base pour orienter la réflexion et définir les axes de recherches en vue d'obtenir des résultats valides à la question de recherche qui oriente ce travail.

2.1. Origines et évolution du féminisme

2.1.1. LES VAGUES DU FÉMINISME

Premièrement, afin de remettre cette étude en contexte, il est intéressant d'identifier les différentes périodes importantes du féminisme et de reconnaître historiquement la particularité des luttes de chaque période. Bien que la classification des courants féministes en termes de vagues soit faite sur base de constructions sociales, elle permet de déterminer les apports issus de différents contextes sociaux et de saisir l'évolution des pratiques du mouvement.

Première vague (1850-1950)

La première vague féministe naît en partie de la participation des femmes à la Révolution Française (Blandin, 2017) et est associée à la période de la troisième République française, allant environ de 1850 à 1950 (Dagorn, 2011). Cette première vague a été marquée par les revendications politiques et sociales des suffragettes, femmes militantes pour le droit de vote. Cette époque mêle combat social et politique où les femmes commencent à revendiquer une égalité politique avec les hommes et souhaitent que leur statut soit reconnu afin qu'elles

puissent, elles aussi, avoir le droit de vote (Dagorn, 2011). Le suffrage féminin finira par être reconnu en 1944 en France et en 1948 pour la Belgique.

Seconde vague (1950-1980)

La seconde vague du féminisme émerge aux alentours de 1949, et s'étend jusqu'à la fin des Trente Glorieuses¹ (Dagorn, 2011). Cette période marque un tournant dans la reconnaissance des droits des femmes au sein de la société. L'acquisition du droit de vote atteste d'une reconnaissance et d'une légitimation politique croissante des femmes dans la société et témoigne d'une évolution progressive des mentalités autour de la place de la femme dans la société.

Sur le plan intellectuel, cette vague est alimentée par de nombreux ouvrages, tel que *Le Deuxième Sexe* de Simone de Beauvoir (1949), qui remettent en question les injonctions traditionnelles liées à la maternité et revendiquent la liberté sexuelle des femmes (Dagorn, 2011).

Parallèlement, le nombre de femmes présentes sur le marché du travail, en particulier dans le secteur tertiaire, témoigne d'une émancipation progressive vis-à-vis du foyer domestique, et marque une volonté des femmes de redéfinir leur rôle au-delà de celui d'épouse ou de mère (Dagorn, 2011). Dans les années 1960, les mouvements de contestations féminines portés par des collectifs, des syndicats et des militantes indépendantes se multiplient pour dénoncer l'assignation à des rôles domestiques et obtenir l'égalité avec les hommes dans le champ professionnel² (IHOES, 2014).

¹ Les Trente Glorieuses constituent la période de prospérité d'après la deuxième guerre mondiale et s'étend de 1945 à 1975

² En Belgique, une grève organisée pendant 3 mois par les femmes de la Fabrique Nationale d'Herstal reprend le slogan du traité de Rome de 1964 sur l'égalité salariale : « à travail égal, salaire égal ! »

Avec cette sortie du rôle domestique et maternel, les femmes revendiquent également leur droit à disposer de leur corps et souhaitent faire abolir les lois entravant la contraception ou l'Interruption Volontaire de Grossesse (IVG). Malgré la coexistence de plusieurs courants féministes émergents (réformistes, radicales, lesbiennes, ...) due à la diversité et la complexification des enjeux, les mouvements de la deuxième vague se structurent autour d'un principe central : l'idée d'une condition commune des femmes, qui justifie une lutte unifiée contre le patriarcat.

Troisième vague (1990-?)

La troisième vague émerge dans les années 1990 et se caractérise par une approche plus diversifiée et inclusive, nourrie, en partie, par les idées de Judith Butler dans son ouvrage *Troubles dans le genre* (1990) sur la performativité du genre (Blandin, 2011). Cette troisième vague se revendiquait à ses débuts comme une réponse au mouvement essoufflé du « postféminisme » des années 1980, qui supposait que les acquis de la seconde vague, notamment via des organisations hiérarchisées et des négociations politiques avaient suffi à venir à bout des injustices de genre. Mais alors que la deuxième vague se développe sur une défense des acquis politiques et s'institutionnalise, la troisième vague souhaite retourner à des formes de relations plus collectives et horizontales intégrant la diversité afin de permettre un militantisme plus englobant (Lamoureux, 2006).

Cette nouvelle vague introduit des notions comme l'intersectionnalité (reconnaissance du cumul de multiples oppressions et dès lors du vécu différencié des discriminations) et de subjectivité féminine (reconnaissance de l'unicité de l'expérience de chaque femme)³.

³ Par exemple, le mouvement BlackFeminism affirme que la situation vécue par une femme noire ne sera pas la même que pour un homme blanc, ni que pour une femme blanche. D'autres facteurs sociaux peuvent en effet être à l'origine de discriminations.

Pour certains auteurs tels que Claire Blandin, la troisième vague est également celle du cyberféminisme où les femmes saisissent les opportunités offertes par les nouvelles technologies contre le système patriarcal. Les réseaux sociaux constituent des espaces libres d'expression et déplacent les frontières du militantisme en facilitant la communication et l'engagement (Blandin, 2017).

L'existence d'une quatrième vague (post 2010) ?

En revanche, pour certains auteurs comme David Bertrand (2018) ou Anne Heilaud qui reprend l'idée d'Aurore Koechlin (2021), c'est l'arrivée du web participatif et des nouvelles pratiques numériques qui marquent l'émergence du cyberféminisme et signifient le début d'une quatrième vague. Contrairement aux approches abordées notamment par Blandin (2017), ces chercheurs estiment que les moyens technologiques des années 1990, encore peu accessibles à cette période, ne disposaient pas d'un potentiel émancipateur pour les femmes. Ce ne serait qu'à partir des années 2010, avec l'essor des médias sociaux, qu'est observée une massification des usages numériques féminins et un réel tournant militant à l'origine du cyber féminisme (Bertrand, 2018).

Pour Bertrand (2018) ou Heilaud (2021), la quatrième vague débute donc au 21^{ème} siècle par la reconfiguration du mouvement en réponse à l'évolution du contexte social et l'arrivée du web participatif qui offre notamment aux personnes marginalisées une capacité nouvelle à s'exprimer publiquement sur certaines causes.

Ce nouvel espace d'expression féministe peut être analysé au travers du prisme de la sociologie des problèmes publics, en tant qu'acteur de construction d'un débat sur des enjeux souvent négligés dans les médias traditionnels. Par les témoignages, l'utilisation de hashtags ou la mise en scène de récits personnels, ces comptes jouent un rôle dans l'*agenda setting* : ils parviennent à attirer l'attention sur certaines problématiques, imposant de nouveaux thèmes à l'espace public numérique. Selon Daniel Cefaï (1996), les problèmes publics ne sont pas prédéfinis mais construits à travers des processus d'interprétation et de mise en forme collective, où des acteurs tentent de faire reconnaître certaines situations comme problématiques et nécessitant une attention publique. Ainsi, en attirant l'attention sur des situations spécifiques, ces initiatives féministes en ligne, contribuent à imposer de nouveaux thèmes dans l'espace public numérique,

jouant un rôle dans la mise à l'agenda des enjeux sociaux. Le discours féministe en ligne ne se limite donc pas à informer ou dénoncer mais il produit du sens et modifie les rapports à soi, aux autres et au monde social. Cette capacité du langage à agir, théorisé par Judith Butler sous le terme de « performativité » (1997), rejoint l'idée de Daniel Cefaï sur la sociologie des problèmes publics où le fait de parler n'est pas simplement décrire une réalité, c'est la produire. Dans le contexte féministe, chaque témoignage, chaque publication ou hashtag dénonciateurs, agit à la fois comme un acte de résistance et comme un geste de création symbolique.

Ce processus est également renforcé par l'apparition d'une « call-out culture », définie comme la pratique sociale qui consiste à nommer et dénoncer publiquement le patriarcat, la misogynie, le sexisme (Roopika, 2015), souvent via les réseaux sociaux. En exposant les comportements jugés déviants et leurs auteurs, cette stratégie vise à créer une désapprobation morale collective et à exercer une forme de pression sociale responsable. Comme le souligne Bertrand (2018), de nombreux comptes et hashtags féministes sont utilisés dans le but de mettre en avant certains comportements masculins vus comme déviants⁴ par l'utilisation notamment de témoignages afin de pousser à la « désapprobation morale collective » d'une certaine attitude en vue de réduire son occurrence.

Un nouveau militantisme hybride

Le féminisme numérique s'inscrit aujourd'hui dans un contexte de transformation plus large des pratiques militantes à l'ère du web participatif. Ce que les trois chercheuses Mendes, Ringrose et Keller (2019) décrivent comme une hybridation du militantisme traduit le brouillage des frontières entre les sphères personnelles et politiques, individuelles et collectives, en ligne et hors ligne. Les comptes Instagram étudiés dans ce mémoire s'insèrent pleinement

⁴ Par exemple, le mouvement du #ManSpreading dénonçant la tendance des hommes à écarter de façon abusive les jambes dans les transports en commun, gênant ainsi les femmes se trouvant à côté. Ce # s'est popularisé et a mené à des campagnes de sensibilisation de la part des sociétés de transports en communs.

dans cette dynamique en relevant autant de la représentation identitaire que de l'action militante.

Selon ces chercheuses, la culture numérique contemporaine permet le développement d'un féminisme affectif, personnalisé et connectif, qui passe par des récits de soi, des témoignages intimes, des hashtags, et des objets visuels. Le militantisme ne prend plus seulement la forme de rassemblements physiques ou de tribunes institutionnelles, il se manifeste aussi par la publication d'un post, la diffusion d'un témoignage, ou la mise en ligne d'une infographie sur un sujet actuel. Ce féminisme connecté est souvent qualifié de « vernaculaire » (Keller, 2011) car il repose sur des formes de savoirs pratiques et informels, plus accessibles que la prise de parole officielle et publique, et produits par des personnes ordinaires, non expertes.

Cette dynamique hybride a permis à une nouvelle génération féministe de se politiser à partir de leur propre vécu, souvent en dehors des structures militantes classiques. Les comptes Instagram qui émergent dans cette logique deviennent des lieux de micro-résistance quotidienne où le sexisme vécu dans la rue, à la maison, dans les institutions, ... est dénoncé et rendu visible et partageable. Le caractère visuel, rapide et interactif d'Instagram soutient un militantisme large, accessible et polyphonique. Ces espaces rendent ainsi possible une politisation continue du quotidien dans un format ancré dans les usages numériques contemporains. Cependant, cette politisation au travers du numérique poussent toutefois à dépasser cette sphère virtuelle et à agir également en prenant part à des actions concrètes dans la sphère publique.

Le cyber féminisme remplit aujourd'hui une fonction que l'on pourrait qualifier de pédagogie militante. Bien que ces comptes ne se définissent pas nécessairement comme éducatifs, ils jouent un rôle dans la vulgarisation des concepts féministes, dans la transmission de savoirs critiques et dans la formation d'un regard politique sur le quotidien, indispensable pour mener à un empowerment complet des femmes. Dans un environnement où l'éducation institutionnelle aborde peu les sujets liés au genre, à la sexualité, au consentement ou aux oppressions systémiques, ces comptes deviennent alors des relais alternatifs de savoirs. La pédagogie féministe se caractérise par une approche non hiérarchique, contextualisée et transformatrice. Bell Hooks (1994), dans *Teaching to Transgress*, définit l'enseignement féministe comme un acte libérateur qui valorise l'expérience vécue, l'émotion, et la co-construction du sens. Cette

posture est manifeste dans les carrousels Instagram expliquant des notions comme le *manspreading* ou le *mansplaining*, la charge mentale, les violences symboliques, ou encore l'intersectionnalité. Les contenus de ces comptes sont généralement accessibles, visuellement attractifs, et construits autour d'une voix empathique et inclusive, loin du ton professoral traditionnel.

De plus, les formats choisis favorisent une interaction continue avec la communauté (partages fréquents en story, call-to-action, sondages, ...). Cette dimension dialogique rejoint les travaux de Lorde (1984) sur la pédagogie comme lieu de transformation mutuelle. Ce que ces comptes offrent, au-delà de l'information, c'est un espace d'appropriation de savoirs féministes à partir de la vie réelle des abonnées, ce que Leurs (2022) appelle la « digital literacy of empowerment ». Ces comptes ont un potentiel formateur, accompagnateur et politique sans passer par les canaux académiques ou institutionnels traditionnels.

2.1.2. FÉMINISME ET ESPACES NUMÉRIQUES : LES RÉSEAUX SOCIAUX COMME ESPACES PUBLICS ET OUTILS DE SOCIOLOGIE

Cette utilisation démocratisée d'Internet, et plus particulièrement des réseaux sociaux, comme outil militant dépend toutefois de plusieurs facteurs impactant les objectifs visés par le cyber féminisme.

Premièrement, les réseaux sociaux sont contrôlés par des algorithmes. Ces algorithmes contrôlent en partie le contenu mis en avant sur les plateformes et favorisent, ou non, la visibilité de certains posts en se basant sur certains facteurs tels que la viralité du compte ou du sujet, la fréquence de publication, les recherches similaires, ... De ce fait, certains sujets peuvent être invisibilisés par les plateformes sociales ou détournés par les utilisateurs (par exemple, reprise d'un hashtag masculiniste sous un post féministe afin de lui donner de la visibilité auprès d'un plus large public).

Deuxièmement, l'arrivée du web participatif a conduit au prolongement de l'espace public aux sphères numériques, où les citoyens peuvent débattre, formuler des revendications et interpeller les pouvoirs. Plusieurs chercheurs comme Papacharissi (2002) ont ainsi conceptualisé Internet comme un espace public alternatif, permettant l'émergence de contre-publics, c'est-à-dire de groupes minorisés qui contestent les récits dominants et réarticulent les problèmes sociaux à

partir de leur propre perspective. Ces espaces numériques ont permis une prise de parole massive, notamment féminine, autour d'enjeux jusque-là marginalisés (violences sexistes, charge mentale, sexisme ordinaire) participant ainsi à une redéfinition de ce qui mérite d'être débattu publiquement.

Contrairement à l'espace public physique, ces plateformes constituent des espaces privés à accès public. Le contrôle de ces plateformes est en effet commercial et détenu par des entreprises agissant comme de nouveaux filtres éditoriaux (*gatekeepers*) (Barzilai-Nahon, 2009) dont les règles d'usage ne sont pas construites collectivement, mais décidées unilatéralement (Gillespie, 2018). Les règles d'utilisation et la modération des contenus ne sont pas instaurées pour garantir la liberté d'expression au sens politique du terme, mais pour protéger juridiquement les plateformes contre les risques de poursuites (notamment en matière de haine, de harcèlement ou de contenus illégaux). Cette logique de régulation commerciale et l'utilisation d'algorithmes programmés à cet effet privilégient la viralité ou la rentabilité, souvent au détriment de contenus militants ou sensibles et les discours féministes peuvent faire face à des violences numériques, poussant les femmes à l'autocensure (Jane, 2016 ; Rubin, 2016). Dans ce contexte, les espaces numériques deviennent des espaces semi-publics où la parole est permise mais conditionnée (Hull, 2003 ; Bucher, 2012).

Ainsi, même si les réseaux sociaux permettent une prise de parole facilitée, leur statut hybride (privé/public, commercial/politique) limite leur capacité à être de véritables espaces d'émancipation. Ce paradoxe pourrait expliquer en partie la création de safe places virtuelles : des bulles communautaires créées pour contourner la violence ambiante et offrir un espace sécurisé d'expression et de solidarité. Contrairement aux caractéristiques du féminisme des vagues précédentes, le cyber féminisme permet à des personnes non reconnues par les circuits militants classiques ou médiatiques d'être reconnues et de se reconnaître, grâce à l'accès élargi à des espaces d'expression. Le web s'est transformé et est devenu, pour les féministes, un lieu de débat, de confrontation et de mise en visibilité des injustices sociales (Fraser, 1990 ; Papacharissi, 2002) malgré une limite persistante à leur participation effective dans cet espace supposément ouvert, par crainte des réactions de mouvements masculinistes (Jane, 2016).

2.2. L'empowerment : origines, définitions et applications

2.2.1. ORIGINES DU CONCEPT

L'origine du terme « empowerment » remonte au milieu du 17^{ième} siècle en Grande-Bretagne avec le verbe « to empower » qui désigne un pouvoir accordé par une puissance plus élevée. A la fin du 19^{ième}, le terme d'empowerment désigne à la fois un état et l'action de donner du pouvoir, mais sous-entend toujours un pouvoir venant d'une autorité supérieure (Bacqué & Biewener, 2013).

Il faudra attendre les années 1970 pour que la notion d'empowerment se démocratise et soit portée par le contexte militant des féministes de la deuxième vague et des Nouveaux Mouvements Sociaux. Dans ce contexte féministe, l'empowerment désigne un processus par lequel des individus, en particulier les femmes, développent un pouvoir intérieur leur permettant d'acquérir une conscience critique des enjeux sociaux et une capacité d'agir, à la fois individuelle et collective, pour s'inscrire dans une perspective de changement social (Bacqué & Biewener, 2013). Cela signifie donc de donner aux femmes les capacités d'avoir une lecture critique des discours ainsi que les pratiques nécessaires pour agir et participer aux décisions les concernant (Calvès, 2009 ; Guétat-Bernard & Lapeyre, 2017).

Cette compréhension du phénomène d'empowerment découle en grande partie de la théorie de Paulo Freire, pour qui, l'éducation des individus leur permet de prendre conscience des structures de pouvoir opprimantes. Cette éducation doit toutefois être participative afin que les individus comprennent et acquièrent les ressources suffisantes pour se politiser et deviennent ainsi des sujets actifs de leur libération en cherchant à transformer leurs conditions de vie dans le but de s'épanouir et s'autonomiser (Gadotti & Torres, 2009). En lien avec cette théorie, les féministes de la deuxième vague mettent en avant la nécessité d'instruire les femmes sur les structures patriarcales et les mécanismes de domination qui en découlent. Cet enseignement, en vue notamment d'une autonomisation individuelle, se fait par une participation active des femmes, comme lors de « groupes de conscience » qui offrent la possibilité à chacune de partager son expérience personnelle et de développer une compréhension commune des oppressions, pour, au final, développer un pouvoir libérateur et transformer les structures sociales (Calvès, 2009).

En 1980, toujours porté par les mouvements féministes, le terme d'empowerment continue de se répandre. Il est de plus en plus utilisé par des professionnels et des universitaires, et atteint le champ du développement international grâce aux féministes des pays du Sud. La chercheuse et activiste indienne Srilatha Batliwala décrit l'empowerment comme un « processus de transformation des relations de pouvoir » par la remise en cause de l'idéologie justifiant les inégalités (Batliwala, 1993). Cette transformation implique un développement communautaire pour la libération des femmes des structures socio-économiques en les intégrant au processus de développement et en modifiant les modalités d'accès et de contrôle des ressources considérées comme paternalistes, hiérarchiques et inégalitaires (Calvès, 2009 ; Bacqué & Biewener, 2013).

A partir des années 1990, la notion d'empowerment féministe est jugée trop radicale et ne rencontre donc que peu de soutien de la part des gouvernements. Elle sera en revanche soutenue par les ONG qui élargiront le concept aux communautés de pauvres, contribuant ainsi à intégrer le terme dans le vocabulaire international de l'expertise et des politiques publiques (Calvès, 2009 ; Bacqué & Biewener, 2013). Avec l'idéologie néolibérale, qui conçoit les acteurs sociaux à travers une logique de rationalité économique, la portée radicale de l'empowerment s'affaiblit. Le terme désigne désormais davantage la prise en compte du contexte de l'action et de la décision que l'émancipation collective, la conscientisation et la transformation des raisons structurelles du pouvoir inégalitaire. (Guétat-Bernard & Lapeyre, 2017). Le détournement néolibéral provient de l'idée que l'accès aux revenus est devenu un vecteur d'autonomie et de la focalisation sur la création d'opportunités individualisées⁵ (Guétat-Bernard & Lapeyre, 2017). Bien que la reconnaissance des femmes dans le milieu du travail ait grandement progressé lors de la deuxième vague féministe, les facteurs structurels de domination se

⁵ Le rapport 2000-2001 de la Banque Mondiale énonce que l'objectif de l'empowerment est de « renforcer les actifs des pauvres pour qu'ils puissent devenir des acteurs efficaces sur le marché » (Banque Mondiale, 2001, P.46). Cette définition de l'empowerment illustre le peu de place laissé à l'éducation et à la conscientisation des groupes marginalisés sur les structures de pouvoir.

perpétuent puisque les besoins restent prédéfinis d'en haut : le pouvoir est donné aux femmes mais elles ne le prennent pas d'elles-mêmes ; alors que le cœur de l'empowerment réside dans le fait de permettre aux individus concernés de définir leurs objectifs et moyens d'y parvenir. L'empowerment met alors en avant la responsabilité des individus dans leurs choix économiques et il devient un outil pour justifier les politiques de développement imposées de manière descendante (Calvès, 2009).

Malgré la polysémie et la contextualité du terme, l'empowerment continue toutefois d'articuler deux dimensions : l'acquisition d'un pouvoir ainsi que le processus d'apprentissage pour y accéder (Bacqué & Biewener, 2013). Si le concept d'empowerment reste prisé dans le vocabulaire féministe, c'est parce qu'il associe une approche d'éducation populaire permettant aux femmes de comprendre les jeux de pouvoirs dans lesquels elles se trouvent, à un encouragement à revendiquer leur émancipation et à défendre leur point de vue (Guétat-Bernard & Lapeyre, 2017).

2.2.2. LES QUATRE TYPES DE POUVOIR

Pour comprendre le contexte dans lequel s'inscrit le concept d'empowerment, il est nécessaire de différencier quatre classes de pouvoir, établies par Starhawk en 1982 dans le but de transformer les dynamiques de pouvoir et favoriser la capacité des individus à agir.

Pouvoir Sur (Power over)

Le pouvoir « sur » est caractérisé par la domination et le contrôle exercé sur quelqu'un. Dans ce cas précis, il s'agirait de la domination patriarcale et de la conception libérale entraînant un pouvoir des hommes sur les femmes. Pour les féministes, l'empowerment amène à sortir de la représentation des femmes en tant que victimes, grâce à un pouvoir génératif capable de créer des actions opposées à une situation de domination et de discrimination liée au pouvoir « sur ». Pour ce faire, Starhawk envisage une typologie des formes de pouvoir comprenant, en plus du pouvoir « sur », le pouvoir « avec », « pour » et « intérieur » (Morley & Kuntz, 2019).

Pouvoir Avec (Power with)

Le pouvoir « avec » est une force collective et politique mise en œuvre notamment dans les organisations de base. Il représente, dans ce contexte, la capacité individuelle des femmes à se regrouper et à s'organiser en réseaux afin d'augmenter leurs capacités et transformer les

structures sociales oppressives. Ce type de pouvoir est permis par la création de réseaux informels qui représentent des espaces de collaboration et de coopération pour lutter contre les pratiques d'exclusion des femmes. Ces réseaux peuvent notamment prendre la forme d'espaces de ressources et de renforcement personnel, comme les « groupes de conscience » (Morley & Kuntz, 2019).

Pouvoir Pour (Power to)

Le pouvoir « pour » se définit plutôt comme un pouvoir créateur qui représente la capacité d'une personne à agir, prendre des décisions, et réaliser des choses (Calvès, 2009).

Il se manifeste dans des activités créées à l'initiative de femmes dans un contexte de discrimination. Certaines femmes se positionnent par exemple sur certains sujets féminins encore peu explorés et favorisent un empowerment accru pour d'autres femmes (Morley & Kuntz, 2019). L'empowerment vise à augmenter le pouvoir « pour » des individus, en leur donnant les compétences et les ressources pour maîtriser leur vie.

Pouvoir Intérieur (Power within)

Le pouvoir « intérieur » concerne la conscience et l'estime de soi. Il renvoie à la croyance en ses propres capacités et rend possible le dépassement des effets d'une oppression intériorisée (Calvès, 2009).

Cette dimension subjective du pouvoir a été notamment exploitée par les premières cyberféministes dans l'affirmation d'une identité qui ne soit pas définie par un rapport à un modèle masculin considéré comme idéal (Morley & Kuntz, 2019).

Ces trois derniers types de pouvoir doivent se combiner en vue de se renforcer les uns les autres et mener à un sentiment d'empowerment qui permettra de dépasser un pouvoir oppressif de domination. L'empowerment est donc créé par les formes de pouvoir « avec », portées par des communautés, visant à créer chez les femmes une autonomie menant à obtenir un pouvoir « pour » et « intérieur » qui leur permettront de sortir du pouvoir « sur » détenu par les hommes.

2.2.3. EMPOWERMENT DANS LE CONTEXTE NUMÉRIQUE

Avec la démocratisation du Web 2.0 (web participatif) les plateformes numériques ont offert aux femmes des outils pour s'auto-représenter, se soutenir et se mobiliser, ouvrant ainsi de

nouvelles formes d'empowerment. En ligne, l'empowerment peut être compris comme un processus de réappropriation de la parole, du corps, de l'identité et de la narration, dans un espace où les rapports de pouvoir sont reconfigurés mais aussi influencés par les logiques algorithmiques et de modération (Mendes, Ringrose & Keller, 2019). Le féminisme en ligne de cette dernière vague a été notamment développé par le fait que les femmes sont plus présentes que les hommes sur les réseaux sociaux et que les sujets concernant les femmes (que le contenu soit en leur faveur ou contre elles) sont donc mieux crédités (Bertrand, 2018).

Les réseaux sociaux, en particulier, deviennent des espaces de conscientisation féministe, où des campagnes telles que #MeToo ou #BalanceTonPorc ont permis à des milliers de femmes de raconter publiquement leurs expériences de violence, d'oppression ou de sexisme ordinaire. Ces mobilisations reposent souvent sur une stratégie narrative de partage d'histoires personnelles et de storytelling, visant à transformer le personnel en politique et à dénoncer le « pouvoir sur » des hommes (Mendes, Ringrose & Keller, 2019).

Néanmoins, cette dynamique d'empowerment est ambivalente : elle peut être réappropriée ou amoindrie par des logiques néolibérales où l'empowerment est réduit à une simple autonomisation individuelle, valorisée comme un produit d'influence, de visibilité ou de performance de soi (Banet-Weiser, 2018). Dans ce cadre, les injonctions à l'estime de soi, à la confiance ou au *self-love* deviennent des outils de responsabilisation individuelle masquant les rapports de pouvoir structurels. On passe alors d'un féminisme collectif, politique et transformateur à un « *feminism-lite* » intégré à la culture populaire (Gill & Orgad, 2018).

2.3. La notion de safe place

2.3.1. ORIGINES ET DÉFINITION

Le concept de safe place⁶ désigne un espace physique ou virtuel où les individus peuvent s'exprimer librement sans craindre la stigmatisation ou la discrimination. Dans le contexte des médias sociaux, une safe place virtuelle offre un environnement en ligne où les utilisateurs, les femmes dans ce contexte-ci, peuvent partager leurs expériences, trouver du soutien et développer collectivement leur capacité d'agir. (Paillé, 2020)

Historiquement, les premières safe places féministes ont trouvé leurs racines dans les groupes de conscience de la seconde vague féministe (Vallet-Armellino, 2017 ; Waldispuehl, 2019). Lors de cette période de libération des femmes, ces groupes privés non-mixtes ont été créés afin de permettre aux femmes de verbaliser les oppressions subies au quotidien ainsi que de comprendre leur dimension systémique. L'absence d'hommes dans ces espaces se justifiait par le constat que, dans des espaces de mixité, les hommes tendent à monopoliser la parole et à imposer leurs sujets de conversation limitant la capacité des femmes à s'exprimer librement (Waldispuehl, 2019).

Dans ces groupes, les femmes développaient leur « pouvoir intérieur » par la reconnaissance de leur voix ; « un pouvoir avec » par la solidarité collective et « un pouvoir d'agir » par les stratégies d'actions concrètes tirées des échanges collectifs. Ces premières safe places remplissaient donc, en leur temps, un certain rôle d'empowerment en éduquant les femmes et en leur donnant les ressources pour faire changer leur condition de vie (Clark-Parsons, 2018).

Actuellement, cette dynamique se prolonge dans les safe places numériques, notamment sur Instagram. Les interactions en ligne, elles-aussi genrées, dépendent comme mentionné précédemment, de la modération des médias sociaux souvent faite au détriment des femmes. En réponse à ce manque d'empathie sur les expériences des femmes, aux inégalités de genre et

⁶ Le terme safe place pourrait se traduire en français par « espace sûr ». Cependant, étant donné qu'une grande partie de la littérature à ce sujet est en anglais, le terme safe place sera utilisé dans ce travail pour référer au concept original.

à la violence pouvant en résulter, les comptes en ligne se définissant comme safe places pour les femmes sont alimentés par différentes règles informelles telles que des règles d'engagement sous peine de signalement ou de bannissement, des *trigger warnings*⁷ protégeant des contenus susceptibles de heurter la sensibilité, etc. Ces groupes construisent donc une communauté basée sur les spécificités de la féminité et ouvrent les discussions entre femmes afin qu'elles puissent partager leurs expériences et se soutenir (Clark-Parsons, 2018).

La création de ces espaces repose sur un pouvoir de refus collectif de l'espace mixte s'il est perçu comme dangereux, refuser l'exposition aux comportements oppressifs, refuser la reproduction des mécanismes d'invisibilisation de la parole féminine (Clark-Parsons, 2018). Les réseaux mono-genrés de femmes ont donc pour but de fournir un espace sécurisé pour échapper aux normes d'interaction socio-sexuées et aux dominations de genre, permettant aux femmes d'apprendre de leur vécu et de développer des actions individuelles ou collectives à mettre en place hors de la safe place. Il y a donc deux facettes à la non-mixité : se protéger et se construire (Morley & Kuntz, 2019).

Qu'elles soient physiques ou numériques, les safe places féministes prolongent l'héritage des luttes intersectionnelles initiées par les féministes des années 1970 et leur création relève du principe que certains espaces ne sont pas sûrs pour une certaine partie de la population (Clark-Parsons, 2018). La première étape de construction d'une safe place est donc la mise en place de « en sécurité de quoi » les femmes souhaiteraient être. Bien souvent, cela concerne les situations de harcèlement sexuel dans l'espace public mais aussi le sexisme ordinaire présent dans la culture qui normalise certains comportements problématiques et menaçants pour les femmes (Lewis et al., 2015). Une fois ces comportements dangereux établis, les femmes ont la

⁷ (Anglicisme) (Néologisme) Notice placée avant le début d'un contenu web, un article en ligne, e-mail ou post, pour prévenir des potentiels déclencheurs de traumatismes. (La Langue Française, <https://www.lalanguefrancaise.com/dictionnaire/definition/trigger-warning>)

possibilité de témoigner sur leur vécu et de fournir des ressources pour s'entraider, renforçant de cette façon les différents pouvoirs nécessaires à l'empowerment.

2.3.2. SAFE PLACE ET ENGAGEMENT EN LIGNE

Dans le champ du féminisme en ligne, les formes d'engagement se sont largement diversifiées depuis l'émergence des plateformes sociales. En marge des collectifs militants traditionnels, les femmes peuvent désormais s'impliquer via des pratiques dites de « militantisme de faible intensité ». Le concept de militantisme de faible intensité, parfois qualifié de « *slacktivism* », regroupe des formes d'engagement politique à faible coût ou effort (aimer, partager, reposter), mais Christensen (2011) montre que ce type d'action peut jouer un rôle complémentaire et dynamique dans la mobilisation politique, notamment en élargissant la base au-delà des militants traditionnels. Il s'agit de gestes modestes mais récurrents comme commenter une publication, la partager en *story*, réagir à un post avec un pictogramme, ou encore suivre activement un compte féministe sans pour autant publier soi-même. Ce type de participation, bien qu'apparemment marginale, contribue à créer un environnement sûr et informationnel où les idées féministes circulent, se banalisent, et s'intègrent dans l'imaginaire collectif.

Cette logique rejoint le concept de « *connective action* » développé par Bennett et Segerberg (2012), selon lequel les individus peuvent être engagés politiquement sans être organisés, grâce aux outils numériques. Ce mode d'action repose sur la personnalisation des messages, la participation volontaire et une structure décentralisée. Dans ce cadre, les comptes Instagram féministes gérés par des personnes sans notoriété préalable apparaissent comme des relais essentiels où ils permettent à un nombre considérable de femmes de s'identifier à des discours accessibles, non-institutionnels, souvent très proches de leur quotidien, et de se sentir suffisamment en sécurité pour s'exprimer sur leur propre vécu.

Zeynep Tufekci (2017), dans son ouvrage *Twitter and Tear Gas*, explique que ce type de participation rend possible une forme d'empowerment distribué, où la force d'un mouvement ne dépend pas de sa structure mais de sa capacité à inspirer des actions autonomes. Il est d'ailleurs fréquent dans les interactions observées dans les commentaires de retrouver des remerciement, des partages d'expérience connexe ou la simple expression d'adhésion aux faits énoncés. Ainsi,

même les actions les plus minimales participent à une dynamique collective de mise en lumière du « pouvoir sur » que les hommes ont sur les femmes et dont ils peuvent abuser.

2.3.3. TENSIONS DANS LES ESPACES FÉMINISTES NUMÉRIQUES

Cette idée de safe place suppose cependant une nature genrée de l'espace public et de la sécurité. De ce principe, les safe places sont des espaces excluants pour ceux qui constituent la menace pour le groupe marginalisé (ici, les hommes) et ce concept ne fait pas l'unanimité dû à la présomption d'égalité des genres, pourtant démentie par les témoignages de réalité des expériences des femmes. Actuellement, des femmes témoignent encore de nombreuses peurs en lien avec leur rapport aux hommes et font preuve d'un fatalisme sur le principe de devoir constamment faire preuve de vigilance et de protection, basé uniquement sur le fait qu'elles sont des femmes (Lewis et al., 2015). En plus de ce fatalisme, la prise de paroles des femmes en public est également limitée par les normes informelles qui régulent les interactions : la constatation du manque d'écoute et de reconnaissance les contraint parfois à s'auto-censurer. Ces différentes menaces de l'espace public mettent en péril la sécurité ontologique⁸ des femmes et les freinent à prendre part pleinement à la société (Lewis et al., 2015)

Nancy Fraser (1990) introduit la notion de « contre-public subalterne » pour désigner ces espaces à part qui, tout en étant essentiels à la formulation de revendications collectives, peuvent aussi se refermer sur eux-mêmes. Papacharissi (2010) montre que les sphères numériques sont des espaces privés-publics où l'intime devient politique mais où la confrontation d'idées peut être évitée au profit d'une homogénéité rassurante.

Dans cette perspective, les safe places ne sont pas exemptes de paradoxes : elles protègent, mais peuvent aussi exclure. Boler (2008) va jusqu'à parler de « *digital enclaves* », c'est-à-dire

⁸ La sécurité ontologique désigne un état psychologique dans lequel l'individu se perçoit comme stable, cohérent et en contrôle de son existence : il se sait présent dans un environnement prévisible, ce qui permet un sentiment de confiance et d'action sereine dans la vie quotidienne. (Giddens, 1991)

d'espaces clos où les normes internes deviennent si fortes qu'elles empêchent toute critique interne ou dialogue avec l'extérieur.

2.4. L'agentivité numérique

Dans le cadre de cette recherche, qui se concentre essentiellement sur des comptes Instagram de personnes sans notoriété, il est également intéressant de se pencher brièvement sur le concept d'agentivité numérique. L'émergence de comptes féministes tenus par des personnes sans statut officiel ni affiliation institutionnelle interroge la manière dont les individus ordinaires peuvent aujourd'hui s'emparer du numérique comme levier d'action. Cette dynamique correspond à la notion de « *digital agency* », définie comme la capacité à utiliser les outils numériques pour agir sur le monde, énoncer sa réalité, et transformer les représentations sociales (Hockin-Boyers et al., 2021). Hockin-Boyers, Pope et Jamie (2021) proposent une analyse approfondie de l'usage des réseaux sociaux par des femmes pour comprendre comment ces femmes utilisent Instagram pour reprendre le contrôle de leur image corporelle, de leur santé mentale et de leur narration personnelle, dans un contexte numérique souvent toxique en matière de représentations genrées et corporelles. Le concept central mobilisé est celui de *digital pruning* (élagage numérique). Il s'agit d'une pratique active et intentionnelle consistant à éliminer les contenus perçus comme négatifs, anxiogènes, normatifs ou dangereux et à valoriser des comptes diffusant des messages positifs, bienveillants, réalistes et inclusifs sur les corps, la santé, la force physique et le bien-être mais aussi à produire soi-même des contenus qui expriment une vision alternative du corps féminin.

Cette démarche constitue une forme d'agentivité numérique, dans la mesure où ces femmes ne subissent pas passivement les injonctions culturelles circulant en ligne, mais agissent concrètement sur leur environnement numérique. Elles créent, à travers leurs abonnements, leurs interactions et leurs publications, un espace personnalisé de soutien émotionnel et politiquement affirmé.

L'étude souligne également que cette agentivité dépasse la simple gestion individuelle. Les participantes reconnaissent que leurs récits, visuels et expériences peuvent aider d'autres femmes à se défaire de normes oppressives ou de parcours similaires. Il s'agit donc d'une

agentivité à la fois personnelle et relationnelle, qui repose sur des pratiques de soin mutuel, de sororité numérique et de transmission expérientielle.

Ces pratiques s'apparentent à la constitution de safe places numériques comme des environnements conçus pour favoriser la reconstruction identitaire, l'empowerment et l'expression de soi dans un espace souvent hostile à la pluralité des corps et des vécus féminins. Ainsi, l'étude de Hockin-Boyers et al. (2021) met en évidence que les réseaux sociaux, bien qu'imprégnés de normes capitalistes et patriarcales, peuvent être réappropriés par les femmes pour en faire des outils d'autonomisation, de résistance et de transformation symbolique. Cette forme de militantisme discret et incarné se rapproche du féminisme vernaculaire décrit par Keller (2011), en ce qu'il part de l'expérience vécue pour produire des discours politiques informels mais puissants.

Comme explicité précédemment, les plateformes numériques comme Instagram ne sont pas des espaces neutres. Leur architecture, leur gouvernance algorithmique et leurs mécanismes de modération participent à la reproduction, voire à l'amplification, de hiérarchies sociales, genrées et raciales. En d'autres termes, Instagram n'est pas qu'un support de communication pour les mouvements féministes mais est un espace social construit, porteur de normes implicites, qui influence profondément les modalités d'expression, de visibilité et d'engagement. Dans son travail sur la politique des plateformes, Gillespie (2018) montre que les règles de modération sont parfois biaisées. Les contenus féministes ou anti-patriarcaux, notamment lorsqu'ils mobilisent des termes comme « viol », « violences sexistes et sexuelles », « agression » ou lorsqu'ils présentent des corps non-sexualisés mais non compris dans les normes sociales actuelles (menstruations, cicatrices, nudité non conforme, poitrines féminines), font l'objet de suppressions plus fréquentes que des publications masculinistes, haineuses ou violentes. Ces pratiques s'inscrivent dans un assemblage algorithmique sexiste où les politiques de sécurité, les algorithmes de tri et les choix commerciaux convergent pour invisibiliser les contenus féminins subversifs. Instagram tend alors à valoriser ce que Paasonen et al. (2024) désigne comme une « féminité acceptable », c'est-à-dire conforme aux standards commerciaux et donc rarement hors des normes considérées socialement correctes. À l'inverse, les comptes qui dénoncent les violences de genre, la charge mentale ou les injustices systémiques sont plus souvent signalés, *shadowbannisé*, ou autrement dit, invisibilisés par l'algorithme. Toutes ces

régulations propres à la plateforme limitent donc la puissance de l'impact que peuvent avoir ces comptes Instagram et leur capacité effective à transformer la réalité au vu des restrictions et des invisibilisations auxquelles ils doivent faire face.

3. Méthodologie

3.1. Dispositif méthodologique

La méthodologie de cette recherche est mixte, combinant des méthodes qualitatives et quantitatives pour obtenir une compréhension approfondie et nuancée de la dynamique de ces comptes.

Analyse quantitative et qualitative de 15 comptes Instagram⁹ :

Pour cette recherche, un échantillon de 15 comptes Instagram francophones (France et Belgique) de personnes sans notoriété préalable et n'ayant pas pour but premier de représenter une organisation a été collecté dans le but d'analyser et de comparer différents facteurs.

La première feuille de ce corpus de données a pour but de présenter les comptes sélectionnés et regroupe les critères suivants : pseudo du compte, nombre d'abonnés, nombre de publications, thématique abordée (Education à la Vie Relationnelle, Affective et Sexuelle – Education menstruelle – Dénonciations de pratiques discriminantes – Militantisme – Acceptation de soi – Intersectionnalité – Education et sensibilisation aux sujets féministes – Déconstruction des préjugés/stéréotypes et du sexisme ordinaire), compte actuellement actif ou non, compte individuel ou collectif, informations sur le créateur si disponibles, développement hors Instagram, pays d'origine, date de création.

Sur les 15 comptes sélectionnés, @withoutpatriarchy se consacre au militantisme en poussant à l'action concrète, @corpscools parle de l'acceptation de soi en mettant majoritairement en avant des personnes grosses, @fifty_shades_of_racism aborde l'intersectionnalité en abordant

⁹ Voir annexe 1

des sujets liés à l'origine ethnique, @punchlinettes et @reponse.a.tout ont pour objectif de déconstruire les stéréotypes et les manifestations de sexisme ordinaire, @lessalopesofficiel et @eva.futura éduquent plus largement à la vie relationnelle et affective, @taspensea, @monsieur_feministe, @notallmen.really et @abregesoeur_ dénoncent des pratiques discriminantes, et enfin, @nos_allies_les_hommes, @pourquoidevenirfeministe et @disbonjoursalepute éduquent et sensibilisent aux sujets féministes, @spmtamere est le seul des comptes analysés dédié spécifiquement à l'éducation menstruelle. Sur l'ensemble des comptes analysés, seul @monsieurféministe était géré par un homme. Les sujets abordés étant en lien direct avec le vécu des femmes, on peut constater que la grande majorité des comptes sont créés et gérés par des femmes et que rares sont les comptes s'adressant aux hommes dans un but de les éduquer directement, comme le propose @nos_allies_les_hommes.

Pour chacun de ces comptes, 15 publications ont été sélectionnées sur l'ensemble des publications de chaque compte afin de représenter la diversité des thématiques traitées par le compte et leur évolution depuis leur création. Au total, 225 publications ont été analysées et constituent ce corpus.

La deuxième feuille du classeur de ce corpus analyse donc plus précisément ces 15 publications au travers des caractéristiques suivantes : Date de la publication, Type de contenu (photo – reels vidéo – carrousel), Tonalité (engagée/militante – critique/réflexive – humoristique/satirique – inspirante/empathique – éducative/informative – provocatrice/percutante), Style de communication¹⁰ (directif – informatif – narratif – émotionnel – dialogique – analytique – solidaire), Thème principal de la publication (empowerment – lutte contre des comportements discriminants – santé et bien-être des femmes – intersectionnalité – éducation et sensibilisation

¹⁰ La tonalité reflète l'attitude générale du message alors que le style de communication indique la structure communicationnelle utilisée pour faire passer le message.

– autre), Sujet spécifique traité dans la publication, la stratégie de communication principale (collaboration avec d'autres comptes – utilisation de hashtags – call to action¹¹ – contenu interactif – utilisation de témoignages ou de récits personnels – utilisation de statistiques ou de faits percutants – storytelling visuel), Nombre de commentaires, Nombre de repartages, Contenu des commentaires, Taux d'engagement et Niveau d'engagement¹².

Cette double analyse des comptes et de leurs publications permet d'obtenir des informations plus générales sur les comptes pour pouvoir situer leur popularité et leurs revendications générales mais également de croiser ces données avec des informations plus précises sur les publications afin de se rendre compte de la diversité des thématiques qu'ils abordent, des politiques de restriction mises en place dans les commentaires pour respecter leur identité en tant que safe place, mais aussi d'observer si le nombre d'abonnés joue sur le taux et le niveau d'engagement.

Enquête en ligne¹³ :

Afin de questionner également le ressenti de la population globale sur l'utilité de ce type de compte dans la création de safe places et du sentiment d'empowerment pour les femmes, une enquête anonyme à destination du grand public a été créée et diffusée auprès de la population francophone. Elle vise à recueillir des données sur le degré de connaissance de l'existence de ces comptes et de la perception de l'empowerment créé par ceux-ci, sur le sentiment de sécurité, et sur leur influence dans la dénonciation des pratiques critiquables. Étant donné certaines questions personnelles sur l'utilisation d'Instagram, et en particulier sur les perceptions liées

¹¹ Appel à l'action : invitation explicite en direction de l'audience du post Instagram à prendre une action spécifique (encouragement à commenter, sondage, participation à une action de soutien dans la vie réelle, ...)

¹² Il est important de comprendre la distinction entre taux et niveau d'engagement : le taux d'engagement est la mesure de l'interaction des utilisateurs sur une publication, il est ici calculé par le nombre de likes, de commentaires et de partages sur le nombre d'abonnés. Le niveau d'engagement est considéré comme faible si le taux d'engagement est inférieur à 33%, moyen si entre 33 et 66% et élevé si supérieur à 66%.

¹³ Voir annexe 3

aux comptes analysés, le choix de l'anonymat a été fait afin de permettre aux répondants d'exprimer sans crainte leurs ressentis. Cette enquête visait donc à compléter l'analyse des publications et permettre, de cette façon, de soulever les thématiques importantes à aborder lors des entretiens, en apportant un regard du côté des utilisateurs des comptes. En croisant ces perceptions avec les données sociodémographiques et les usages déclarés d'Instagram, cette partie a pour objectif de mieux comprendre le rôle joué par ces comptes dans les parcours numériques et militants de leurs abonnés.

Le questionnaire a été créé en ligne via la plateforme Google Forms, et diffusé sur une période de 340 jours allant du 17 mai 2024 au 23 avril 2025. La diffusion s'est faite principalement par les réseaux sociaux, notamment Instagram (via stories et messages directs) ; Facebook (publications sur des groupes étudiants, pages communautaires locales, et partage via le profil personnel de l'auteure du mémoire) ; WhatsApp (partage dans des groupes privés et en messages individuels). Il se composait de 29 questions, réparties en trois sections : une première section générale sur la connaissance de l'existence du type de comptes analysés dans ce travail et sur la perception des répondants à ce sujet, une deuxième section axée plus précisément sur l'utilisation d'Instagram et le suivi personnel de ce type de compte et une troisième section comportant des questions démographiques dans le but d'obtenir un profil des répondants. Dans ces trois sections des questions fermées à choix multiples (notamment des échelles de Likert), des questions dichotomiques (oui/non), ainsi que plusieurs questions ouvertes permettant aux répondants de développer leur point de vue de manière qualitative ont été utilisées.

Cette stratégie de diffusion, principalement centrée sur les comptes personnels de l'auteure, a permis d'atteindre rapidement un nombre significatif de 505 répondants, mais implique une forme de biais d'échantillonnage où la majorité des répondants sont des jeunes adultes (principalement entre 16 et 25 ans), résidant en Belgique et ayant des pratiques numériques proches de celles de l'auteure. Ce biais limite la représentativité du panel, notamment vis-à-vis des personnes plus âgées, moins présentes sur Instagram ou issues de contextes socioculturels différents. Le questionnaire visait à recueillir l'avis de toute personne francophone utilisant Instagram, sans restreindre l'échantillon à un genre ou un profil spécifique. Néanmoins, en raison de la nature du sujet, il était attendu que le public ciblé soit majoritairement féminin et déjà sensibilisé, au moins partiellement, aux thématiques féministes ou aux comptes militants

en ligne. La première question du questionnaire portait d'ailleurs sur la connaissance préalable de l'existence de ce type de comptes et toutes les personnes ayant une connaissance négative de l'existence de ces comptes ont été amenées directement aux questions démographiques, sans avoir accès aux questions plus spécifiques sur leur utilisation d'Instagram et sur leur familiarité à ces comptes.

En ce qui concerne l'analyse des données récoltées, les questions fermées ont fait l'objet d'une analyse statistique via Excel, principalement axés sur la fréquences et les pourcentages de répondants en accord ou non avec des informations. Les croisements de deux variables ont également été réalisés pour mettre en évidence certaines corrélations. Les questions ouvertes ont été analysées de manière qualitative, par codage thématique en regroupant les réponses par catégories sémantiques récurrentes (ex. : sentiment de solidarité, confiance, identification, etc.), permettant de dégager des tendances représentatives du discours des répondants.

Entretiens semi-directifs¹⁴ :

Dans le but d'obtenir des données qualitatives plus précises sur les motivations, les objectifs, les perceptions et les ressentis des créateurs des comptes présents dans le corpus, quatre entretiens semi-directifs ont été réalisés avec les gestionnaires des comptes @taspensea, @lessalopesofficiel, @disbonjoursalepute et @eva.futura. En ce qui concerne ces trois derniers comptes, l'entretien a été réalisé avec la ou l'une des créatrices originelles du compte, en revanche, pour le compte @taspensea, il s'agissait de l'une des bénévoles ayant été recrutées en 2021 après que le compte soit devenu un collectif. Toutes les personnes ayant donné suite à cette demande d'entretien et ayant été reçues sont des femmes.

Ces entretiens ont été réalisés via des appels vidéos sur la plateforme Teams pour faciliter la rencontre et éviter de longs déplacements. Le même guide d'entretien a été suivi pour ces 4 possesseurs des comptes afin d'aborder en premier lieu l'histoire du compte et ses motivations

¹⁴ Voir annexe 2

initiales, ensuite de les questionner plus en détails sur leur vision de l'accessibilité/proximité et le lien avec leur non-notoriété, les contenus et stratégies, la vision de leur compte en lien avec le rôle de safe place et d'empowerment, et pour finir sur leur approche plus personnelle du féminisme et du militantisme en ligne. Cette forme semi-directive d'entretien composé de questions qualitatives autour de la thématique générale de ce travail ont permis de fournir un canevas orientant l'entretien tout en laissant aux répondants une certaine liberté et flexibilité dans leurs réponses en combinant les questions ouvertes globales du guide d'entretien et des questions de précisions en fonction des informations données.

Avec l'accord des personnes interviewées, les informations tirées des entretiens ne seront pas anonymisées dans le sens où les pseudonymes des comptes d'où proviennent les informations seront cités. En ce qui concerne les informations sur les créateurs de ces comptes, les informations trouvable publiquement ou dont la diffusion a été autorisée par la gestionnaire du compte seront gardées mais les informations personnelles comme leur identité ne seront pas reprises afin de préserver des données sensibles ou confidentielles sur leur vie privée ou sur celle de ses abonnés/abonnements.

Dans le cadre de ce travail, les données tirées des entretiens ne seront reprises que partiellement afin de compléter les données tirées du questionnaire diffusé au grand public et les données du corpus d'analyse des comptes Instagram. Les données ont été analysées à l'aide d'une analyse thématique inductive, permettant d'identifier des récurrences et des catégories émergentes à partir du corpus d'entretiens. Les propos des participantes ont été relus à plusieurs reprises et surlignés suivant un code couleur afin de dégager des thèmes transversaux, comme les motivations initiales, les formes de modération, le sentiment de communauté ou les objectifs féministes sous-jacents.

4. Hypothèses de travail

Les différentes hypothèses de réponse à la question « Comment l'émergence de nouveaux types de comptes francophones sur Instagram, initialement créés par des personnes sans notoriété, a-t-elle contribué à la création de safe places virtuelles pour les femmes ? En particulier, comment ces comptes, émanant d'individus ordinaires plutôt que de célébrités ou d'organisations

féministes établies, ont-ils favorisé un sentiment de solidarité et d'empowerment chez les femmes ? » qui structureront cette recherche sont donc :

1. L'apparition du web participatif et des réseaux sociaux a contribué au renouvellement des formes de lutte féministe, en donnant naissance à un militantisme plus accessible, horizontal et incarné, et a rendu possible l'expression publique de personnes sans notoriété préalable ni affiliation militante formelle.
2. Les comptes créés par ces personnes sans notoriété initiale contribuent à la création de safe places numériques en offrant un espace d'expression où les femmes peuvent ressentir un sentiment d'appartenance et se sentent connectées à une cause commune, soutenues et écoutées.
3. L'empowerment virtuel découle de la dénonciation des problèmes sociétaux via ces comptes et le sentiment d'appartenance à une communauté numérique encourage les femmes à s'éduquer et à s'autonomiser face aux injustices dénoncées.
4. Certaines caractéristiques spécifiques des comptes, telles que la nature du contenu, le ton utilisé et l'image d'accessibilité des créateurs contribuent à l'efficacité des comptes à générer des safe places virtuelles et un sentiment d'empowerment chez les femmes.

5. Analyses

5.1. Analyse du corpus de 15 comptes Instagram

L'analyse quantitative et qualitative des 225 publications issues de 15 comptes Instagram (15 publications analysées par compte) met en évidence des tendances fortes dans la manière dont des personnes non célèbres investissent la plateforme pour visibiliser des luttes féministes, créer du lien communautaire et encourager des dynamiques d'empowerment. Ces publications, sélectionnées pour représenter la diversité des sujets abordés et l'évolution du compte, permettent d'examiner les thématiques dominantes, les styles de communication, les formats visuels et les interactions communautaires, en lien avec les objectifs de cette recherche. Certains des points de ce corpus ont été appuyés par des éléments des entretiens, cités verbatim dans les parties concernées.

Thématiques dominantes

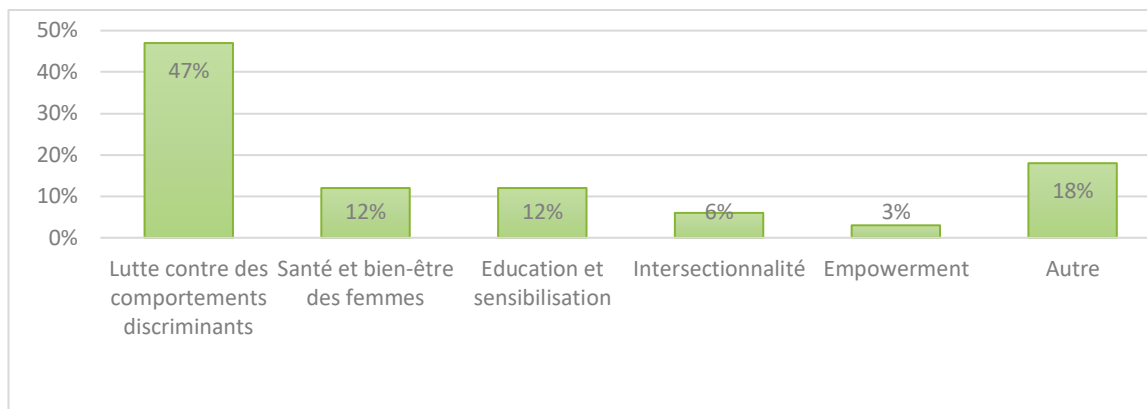


Figure 1. Répartition des thématiques des posts analysés

Parmi les 225 publications, 105 (47%) ont pour thème principal la lutte contre des comportements sexistes ou discriminants (violences verbales ou conjugales, sexisme ordinaire, stéréotypes, invisibilisation, charge mentale, etc.). 28 publications (12%) abordent la santé et le bien-être des femmes. Sur ces 28 publications, environ la moitié provient du compte @spmtamere et aborde la santé menstruelle. Les autres publications développent des sujets variés sur les injonctions de beauté (injonction à l'épilation, normes de minceur, port du soutien-gorge) et sur le bien-être physique (contraception, sexualité, hygiène intime). 27 publications (12%) sont consacrées à l'éducation et à la sensibilisation féministe, à travers la vulgarisation de concepts tels que le patriarcat, le consentement, la masculinité toxique, ou encore la santé reproductive. 23 publications (9%) abordent des sujets relatifs à l'empowerment et à l'intersectionnalité. Ces contenus offrent une vision inclusive et subjective du féminisme, dans la lignée des revendications de la troisième vague, en valorisant des récits intimes et incarnés. La plupart de ces publications mettent en avant des femmes ou des contenus positifs et motivants. Enfin, 42 publications abordent des sujets « autres » (18%) concernant en majorité des sujets d'actualités (situation de la Palestine, discours politiques), des promotions de projets personnels ou des critiques de la justice en cas de violences sexuelles.

Tonalités et styles de communication

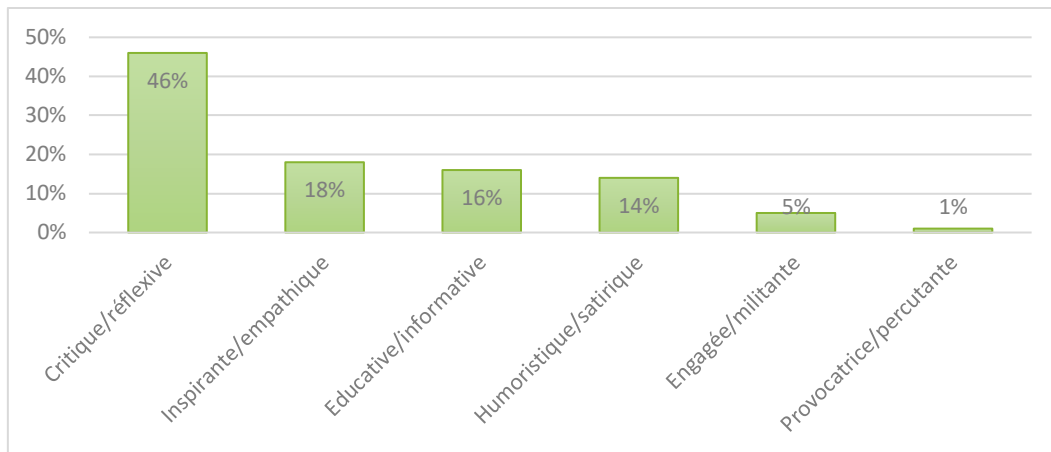


Figure 2. Répartition des tonalités des posts analysés

La tonalité la plus utilisée (près de la moitié des publications) est la tonalité critique/réflexive. Les publications utilisent un ton analytique incitant à la réflexion, à la remise en question de normes ou de comportements. Ce type de post pose un jugement et incite à prendre une posture réflexive sur des sujets tels que le traitement des informations par les médias et les termes utilisés pour parler notamment des violences sexuelles, les injonctions sociétales oppressantes pour les femmes, sur la charge mentale, ... Cette utilisation majoritaire d'un ton critique et réflexif confirme le fait que ce type de compte est particulièrement utilisé dans le but de mettre en lumière des pratiques problématiques et d'amener la population à reconsidérer des actes banalisés comme problématiques. 18% des publications utilisent un ton inspirant/empathique. Le ton est bienveillant, valorisant la solidarité, la résilience ou la confiance en soi, visant à encourager ou soutenir la communauté. Ces publications parlent de témoignages positifs, mettent en avant des femmes jugées inspirantes, des citations ou des œuvres positives. 16% des posts ont une tonalité éducative/informative. Il s'agit d'un ton factuel et pédagogique, visant à transmettre des connaissances grâce à des définitions, des statistiques, des explications de concepts, ... 14% des posts analysés ont une tonalité humoristique/satirique. Ces publications utilisent l'humour, de la dérision ou de la parodie via des *memes* pour aborder des sujets sérieux tels que le syndrome prémenstruel, des répliques à des phrases sexistes, ou encore pour répondre à des commentaires négatifs. 5% utilisent un ton engagé/militant. Cette tonalité est utilisée de façon revendicative, centrée sur une cause comme par exemple la dénonciation explicite de comportements sexistes, des appels à la mobilisation, ... Et, seulement 1% des publications utilise une tonalité provocatrice/percutante avec un ton volontairement choc ou frontal,

mobilisant des formulations fortes, des visuels puissants ou des mots crus pour susciter une réaction. Sur ces deux publications, l'une d'entre elle aborde de façon explicite le sujet de la sexualité BDSM tandis que le second utilise ce ton percutant pour afficher les messages de harcèlements et de menaces reçues sur son compte.

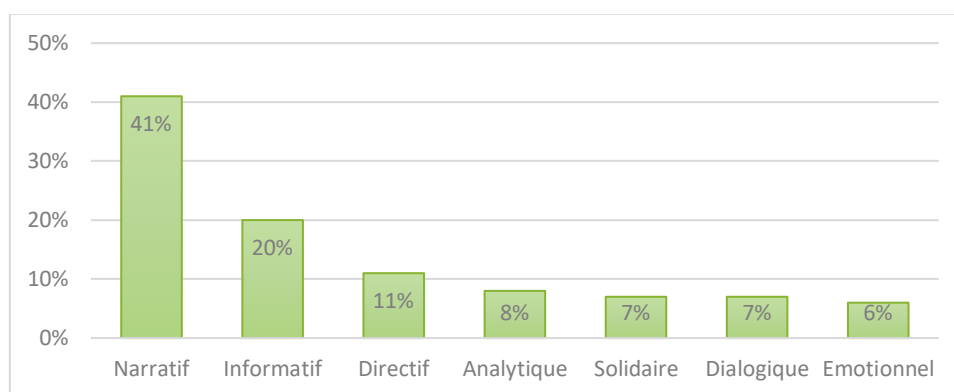


Figure 3. Répartition des styles des posts analysés

Le style de communication fait référence à la manière dont le message est structuré et adressé au public.

Sur les 225 publications analysées, le principal style utilisé est le style narratif (41%) qui utilise des récits personnels ou des témoignages, du storytelling, ... Le second style utilisé est l'informatif (20%) avec une façon de communiquer centrée sur la transmission de données telles que des statistiques sur le harcèlement de rue, des définitions de termes liés au féminisme, ou de faits comme par exemple des posts informant sur des actualités et des événements. Le style directif est mobilisé dans 11% des publications. Ce style prescriptif, inclut des injonctions à boycotter des célébrités problématiques, des appels à l'action, par exemple pour demander de signer des pétitions, ou des consignes claires notamment sur comment réagir face au sexisme. Enfin, une minorité de publication utilisent un style analytique mobilisant des références théoriques dans le but de déconstruire une information diffusée par exemple dans les médias ; un style solidaire valorisant le collectif et appelant à l'entraide et au soutien ; un style dialogique utilisant une communication interactive notamment en posant des questions ou en interpellant directement les lecteurs du post pour qu'ils partagent leurs avis ; un style émotionnel pour susciter une réaction affective en procurant par exemple un sentiment de choc chez le lecteur.

Formats et stratégies de communication

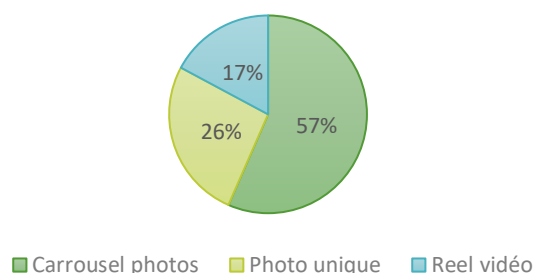


Figure 4. Répartition des formats des posts analysés

Sur les 225 publications, plus de la moitié des publications analysées utilisent un format carrousel. Ce format en plusieurs slides permet d'obtenir des posts plus complets et précis, combinant esthétisme, lisibilité et progression pédagogique.

Concernant les principales stratégies de communication utilisées :

Stratégies de communication	Nombre de publications	Pourcentage
Témoignages ou récits personnels	75	33%
Statistiques ou faits percutants	60	27%
Storytelling visuel	59	26%
Collaboration avec d'autres comptes	19	8,5%
Contenu interactif	9	4%
Utilisation de hashtags	2	1%
Call-to-action	1	0,5%

Figure 5. Répartition des stratégies de communication des posts analysés

Dans la répartition des stratégies de communication utilisées dans les 225 publications analysées, trois approches dominant clairement : les témoignages, les statistiques, et le storytelling visuel, toutes situées entre 26 % et 33 %. Ces choix semblent refléter des intentions diverses, allant de la création de lien émotionnel à la volonté de sensibiliser ou de vulgariser des enjeux féministes.

Le recours aux témoignages personnels est la stratégie la plus fréquente. Ces publications mettent en avant des expériences vécues (violence verbale, charge mentale, injonctions esthétiques), parfois à la première personne, parfois relayées anonymement. Elles créent un

effet miroir pour les lectrices, permettant un processus de reconnaissance ou d'identification. Par exemple, les posts du compte @taspensea citent une série de situations impliquant une charge mentale, inscrites dans un phylactère sur fond coloré et repris dans un ton narratif. Cette stratégie semble avoir pour objectif de provoquer un sentiment de reconnaissance et de réflexion sur des situations intériorisées, comme le déclare la gestionnaire du compte : « Il y a énormément de femmes qui nous écrivent pour dire ... qu'elles s'identifient beaucoup aux posts. Et on a beaucoup de messages de femmes qui nous écrivent pour nous dire que, grâce au compte, elles se sentent non seules, elles se sentent reconnues, elles se sentent écoutées, etc., même si elles n'ont jamais été connues...»

Les publications s'appuyant sur des données statistiques chiffrées ou des extraits d'études percutants, souvent accompagnées de visuels clairs ou de carrousels pédagogiques, et semblent viser une forme de légitimation par les faits, une stratégie éducative. Il peut s'agir, par exemple, d'un post indiquant les statistiques sur le harcèlement de rue.

En ce qui concerne le storytelling visuel, il repose sur une mise en récit par l'image : dessins, illustrations, mises en scène graphiques de situations quotidiennes. Il permet une pédagogie douce, souvent centrée sur une situation à laquelle le lectorat peut s'identifier. Par exemple, un post du compte @spmtamere illustre le syndrome prémenstruel via un *meme* mettant en scène une femme submergée par ses émotions juste avant sa période de menstruations. Ce style visuel joue sur l'émotion, la clarté et l'universalité du vécu, en particulier sur des sujets comme les menstruations, l'épilation ou les injonctions au corps parfait.

Les stratégies moins utilisées sont tout d'abord la collaboration, avec des posts visant probablement à élargir la portée du message ou à croiser les expertises. Par exemple, des posts d'interviews des créatrices des comptes avec des chaînes comme Melty permettent de faire découvrir des sujets comme la charge mentale ou le syndrome prémenstruel via des comptes possédant un public plus hétéroclite. Ensuite, les publications ayant recours à des contenus interactifs posent des questions ou appellent à la mobilisation via des posts demandant des partages d'avis ou d'expériences mais également des demandes de signatures de pétitions. Enfin, en ce qui concerne les hashtags et call-to-action, ces formats très peu représentés,

traduisent une relative distance par rapport aux formes militantes plus classiques ou institutionnelles. Bien que plusieurs posts possèdent des hashtags en description, ceux-ci ne représentent pas la stratégie principale, et seul un post de @lessalopesofficiel se dédie exclusivement au partage du #MeToo et un seul post de @pourquoidevenirfeministe appelle les hommes à réellement passer à l'action contre la société patriarcale.

L'analyse de ces stratégies révèle une combinaison de tactiques émotionnelles (témoignages, visuels, interactions) et informatives (statistiques, définitions). Bien que les intentions des créatrices ne puissent être affirmées avec certitude, les contenus suggèrent une volonté de créer à la fois une proximité affective avec la communauté et un apport éducatif. Cette approche mixte contribue à construire des comptes perçus comme sûrs, engageants et accessibles.

Espace commentaire et modération

L'analyse des commentaires montre des dynamiques typiques des safe places numériques où les abonnés valident fréquemment les récits partagés dans la publication en écrivant, par exemple, « Tellement vrai », « Merci de le dire », ou « Je vis exactement la même chose ». Ce mécanisme de validation mutuelle renforce l'effet de reconnaissance entre abonnés, et crée un climat d'acceptation sans jugement. On observe également l'expression d'émotions fortes, notamment sous forme de commentaires tels que « Quel enfer », « On en peut plus », ou encore des émojis symbolisant la colère, la tristesse ou le soutien. Ces commentaires témoignent de l'impact émotionnel de certaines publications sur la communauté.

Afin de permettre ce climat de confiance, certains comptes mettent en place des mécanismes explicites de sécurisation des espaces commentaires. Par exemple, des trigger warnings sont utilisés en introduction de certaines publications sensibles, telles que celles abordant les violences sexuelles. Sur le plan de la modération, plusieurs créatrices interrogées ont évoqué leur choix de filtrer les commentaires pour préserver un climat serein. La créatrice du compte @lessalopesofficiel déclare à ce sujet : « Trigger warning, c'est une responsabilité à avoir quand on aborde certains sujets. C'est important ». D'autres recourent à la modération automatique (filtres de mots-clés bloqués), ou restreignent les commentaires aux abonnés. Cela limite la possibilité pour des profils non identifiés ou hostiles d'intervenir. Sur les 15 comptes analysés, 4 appliquent une restriction forte des commentaires : dans ces cas, soit les commentaires sont

désactivés sur certains posts, soit ils sont limités aux personnes suivies par le compte ou aux abonnés. Cela a pour effet de filtrer les réactions visibles et d'empêcher des commentaires haineux, de décourager certaines personnes à témoigner ou de heurter celles ayant déjà témoigné. Les commentaires publiés sont alors majoritairement de soutien ou de gratitude, tels que « Merci pour ce post », « C'est important que ce soit dit ». Aucune opposition ou critique n'apparaît publiquement dans ces espaces, et le compte @eva.futura affirme « Mes commentaires sont modérés, tu ne vas jamais voir rien de négatif, en fait. J'ai mis beaucoup de mots dans les paramètres qu'on ne pouvait pas dire et donc ça trie, en fait. »

À l'inverse, dans les comptes sans restriction, on observe une plus grande diversité de réactions. Sur certains posts abordant les violences sexuelles ou les stéréotypes, on retrouve des commentaires critiques, voire hostiles, dont une part non négligeable est rédigée par des hommes. Par exemple, sous une publication de @abregesoeur_ qui reprend de façon satirique une insulte souvent lancée aux femmes par le slogan « je préfère être une tana¹⁵ qu'un violeur », on retrouve des commentaires tels que « Elle a un QI négatif c'est pas possible. » ou « Bon comme vous le voulez vous êtes toutes des Tana maintenant ». Ce contraste renforce l'hypothèse selon laquelle la modération contribue à la construction d'un espace perçu comme plus sûr.

Enfin, l'analyse confirme que ces espaces ne sont pas neutres au sens où leur forme, leur ton, leur régulation construisent un cadre spécifique d'expression. Les choix éditoriaux (visuels rassurants, langage inclusif, tonalité bienveillante ou critique ainsi que la modération des

¹⁵ Tana est une insulte équivalente au terme salope, souvent utilisée pour critiquer une femme jugée comme ayant un comportement ou un style trop suggestif. Cette insulte a été popularisée ces dernières années par des chansons de rappeur comme Niska et a été détournée par les femmes par le phénomène viral « tanaland » où les femmes tentent de se réapproprier le terme et de l'affirmer comme un moyen de revendication de leur liberté et leur indépendance.

commentaires) participent à instaurer une ambiance où certaines voix sont mises en valeur, tandis que d'autres (hostiles, violentes ou contradictoires) sont réduites ou exclues.

Taux et niveau d'engagement

Le taux d'engagement est un indicateur quantitatif couramment utilisé en analyse de contenu sur les réseaux sociaux pour évaluer le niveau d'interaction des abonnés avec une publication. Il est généralement calculé de la manière suivante : $\text{Taux d'engagement} = (\text{likes} + \text{commentaires} + \text{repartages}) \div \text{nombre d'abonnés} \times 100$. Ce taux permet ainsi d'estimer, de façon relative, l'intérêt suscité par une publication auprès de la communauté d'un compte donné.

Sur l'ensemble des 225 publications analysées, il apparaît que la majorité des publications ont un taux d'engagement inférieur à 33 %, ce qui correspond à un niveau faible selon les standards de mesure habituels. Seules 4 publications présentent un engagement situé entre 33 % et 66 % (niveau modéré) et 3 publications dépassent le seuil des 66 %, niveau considéré comme élevé.

Ces résultats doivent toutefois être relativisés. Tout d'abord, ces seuils sont le résultat d'une moyenne statistique mais doivent être remis en contexte par rapport aux pratiques habituelles des réseaux sociaux. De manière générale, le taux d'engagement moyen observé sur Instagram est souvent bien inférieur à 33%, notamment pour les comptes très suivis. À titre de comparaison, les publications des comptes les plus suivis de la plateforme (Cristiano Ronaldo, Kylie Jenner, Selena Gomez, etc.) dépassent rarement les 33% de taux d'engagement et il est rare de voir un post suscitant des réactions de la totalité des abonnés, la majorité restant silencieuse.

Dans ce contexte, les taux observés sur les comptes féministes étudiés, bien qu'en majorité inférieurs à 33%, ne sont pas révélateurs d'un désintérêt ou d'un échec. Ces comptes, souvent de taille modeste, ne visent pas la viralité, mais plutôt une portée qualitative, fondée sur l'échange, la reconnaissance, l'éducation et l'identification communautaire et il semble donc plus pertinent d'évaluer l'impact de ces publications à travers des indicateurs qualitatifs (contenu des commentaires, partages, réactions émotionnelles), plutôt que sur la seule base de leur performance chiffrée. L'analyse des publications les plus engageantes montre d'ailleurs qu'elles mobilisent des récits personnels, des visuels parlants ou des citations percutantes

comme le slogan « ~~Protégez vos filles.~~ Éduquez vos fils » partagé par le compte @pourquoidevenirfeministe.

5.1.1. DISCUSSION SUR LES RÉSULTATS DES ANALYSES DU CORPUS DE COMPTES

Apparition d'un féminisme en ligne : utilisation des réseaux sociaux

Les résultats de cette recherche semblent confirmer l'émergence d'un féminisme numérique accessible et incarné, en cohérence avec plusieurs apports théoriques. La forte présence de publications dénonçant les injustices sexistes s'inscrit dans une logique de contre-publics subalternes (Fraser, 1990), où des voix marginalisées, en l'occurrence celle des femmes, investissent les réseaux sociaux pour visibiliser des vécus et remettre en question les normes dominantes.

Par ailleurs, de nombreuses publications adoptent une fonction éducative, via des contenus vulgarisés et structurés pour un public non expert. Cette démarche s'apparente à une pédagogie populaire (Hooks, 1994), qui rend le féminisme et ses notions, parfois complexes, mieux défini et compréhensible. L'usage du format carrousel, largement dominant, illustre cette volonté de clarté et de lisibilité. Il rejoint les observations de Banet-Weiser (2018) sur le féminisme populaire numérique, qui emprunte les codes esthétiques d'Instagram tout en diffusant un message militant. Cette notion s'exprime notamment dans le choix des formes de communication (témoignages, utilisation de statistiques, humour visuel, contenus attractifs, ...). Les formats employés participent à une forme de pédagogie informelle où l'apprentissage se fait « entre soi », dans un rapport horizontal. Clark-Parsons (2018) parle à ce titre de « *feminist digital armies* », où des liens de confiance et de sororité émergent par la co-construction de normes partagées. Contrairement aux publications des ONG ou des institutions féministes, souvent plus formelles, ces publications adoptent un ton plus familier et sont dès lors perçues comme plus « vraies », plus identifiables, et donc plus aptes à créer une adhésion émotionnelle. Ce type de féminisme en ligne est également plus horizontal dans sa pédagogie, rejoignant la vision de Hooks (1994) sur l'éducation féministe : une éducation contextualisée, sensible, inclusive et transformante.

Dénonciation de pratiques discriminantes et problématiques

Un autre aspect central des comptes étudiés est leur rôle dans la dénonciation de pratiques problématiques avec une analyse démontrant une forte utilisation de contenus critiques et dénonciateurs.

Ce phénomène s'inscrit dans la logique de la call-out culture, où la dénonciation publique devient un outil de responsabilisation collective. En lien avec la théorie de la performativité du langage (Butler, 1997), ces actes de parole féminine en ligne ne se limitent pas à une expression passive mais sont des actes militants, symboliques, et transformateurs. Les sujets souvent abordés par ces comptes, tels que la charge mentale, les violences sexuelles ou les tabous menstruels participent à ce que Sara Ahmed (2017) nomme une politique de la nomination en exposant publiquement ce qui était traditionnellement relégué à la sphère intime. Ces comptes déconstruisent les normes de silence, de honte et d'invisibilité. En ce sens, la parole ne se contente pas de dénoncer mais elle agit et reconfigure ce qui est à intégrer à l'agenda setting en le rendant acceptable et digne de discussions collectives. Cette logique performative, où l'acte de dire constitue déjà un geste politique, rejoint la notion de « trouble dans la norme » développée par Butler (1997) grâce à des comptes relayant des récits personnels pour opérer une subversion discursive des rapports de genre.

Le concept de subversion performative du langage (Butler, 1997) est également illustré dans des comptes comme celui @lessalopes. En se réappropriant l'insulte « salope » et en retournant cette injure stigmatisante en revendication identitaire, les créatrices neutralisent le sens péjoratif du mot pour en faire un outil de fierté, de solidarité, voire d'émancipation symbolique. Ce processus de resignification crée un renversement sémantique : dire « je suis une salope » dans ce contexte n'est plus un terme honteux, mais un acte de résistance politique et une réécriture du féminin selon ses propres termes. Les publications analysées montrent que cette performativité s'exprime à travers des formes variées (récits personnels ou témoignages, infographies, vidéos explicatives, ou encore utilisation de chiffres marquants). Ces contenus permettent de rendre visibles des injustices souvent normalisées, tout en mobilisant une audience large et diversifiée.

Cependant, elle rencontre également des limites comme la saturation de l'information, le risque de harcèlement virtuel, ou encore la difficulté à maintenir une mobilisation durable. Ces défis

soulignent l'importance de penser la dénonciation comme un processus évolutif, qui nécessite des stratégies adaptées pour maximiser son impact.

En somme, la parole féminine en ligne, dans sa dimension dénonciatrice, constitue un levier puissant de transformation sociale, mais elle doit s'accompagner d'une réflexion sur les moyens de pérenniser cette action dans un contexte numérique en constante évolution.

Création de safe places numériques et initiation d'empowerment

Enfin, les espaces commentaires analysés révèlent une volonté manifeste de créer des safe places numériques. Les pratiques de modération, les restrictions de commentaires et l'encouragement à la bienveillance contribuent à construire un cadre expressif sécurisant. Le ton bienveillant, la solidarité exprimée, ainsi que la perception d'un espace sécurisé et sans jugement sont également fréquemment mentionnés dans les commentaires. Ces comptes sont perçus comme accessibles, actuels et efficaces dans leur vulgarisation, tout en contribuant à une prise de conscience des normes sexistes, à une sensibilisation collective qui libère et encourage la prise de parole. Cette dynamique correspond à ce que Bacqué & Biewener (2013) définissent comme un empowerment subjectif, un processus de réappropriation de la parole, du vécu et du pouvoir d'agir. Le faible taux d'engagement observé n'indique donc pas un manque d'impact, mais reflète une logique communautaire et qualitative, davantage centrée sur le lien que sur la performance virale, comme le souligne Papacharissi (2010).

L'analyse qualitative des commentaires des publications confirme également la notion d'un empowerment bien présent mais à nuancer. Le sentiment de transformation n'est en effet pas toujours visible dans des actes tangibles comme militer publiquement, mais passe par des formes plus discrètes d'appropriation (par exemple : décider de sortir d'une relation toxique, expliquer à un proche une notion féministe, arrêter de culpabiliser pour une réaction émotionnelle). Ces micro-actes sont des exemples concrets du « power to », qui se manifeste à travers la capacité d'une personne à prendre conscience des normes et à agir contre celles-ci afin d'en sortir. Les comptes étudiés ne produisent donc pas simplement du contenu mais ils modifient le regard que les abonnés portent sur eux-mêmes et sur leurs vécus, condition nécessaire à l'initiation d'un processus d'empowerment durable. Tufekci (2017) propose, lui, la notion d'empowerment distribué, où la puissance d'un mouvement social ne repose pas

uniquement sur sa structure formelle, mais sur sa capacité à inspirer des actions individuelles autonomes. Dans ce cadre, les résultats du corpus sont éclairants : les commentaires observés (remerciements, partages d'expériences similaires, approbations silencieuses, indignation sur des inégalités) témoignent d'une dynamique participative où, même en l'absence d'engagement militant physique, ces interactions discrètes soutiennent une conscience collective partagée, et participent à la visibilisation du sexisme dans la sphère numérique.

5.2. Analyse de l'enquête en ligne

Afin de répondre à la question de recherche ainsi qu'aux hypothèses de travail, il est nécessaire d'analyser les différentes données récoltées dans le questionnaire diffusé en ligne et de les croiser entre elles. Pour ce faire, chaque question fermée a été analysée quantitativement et les résultats obtenus ont été, pour les questions directement en lien avec le sujet de ce travail, croisés avec soit le genre des répondants, soit leur considération féministe. Ce croisement de données permettra d'obtenir des données nuancées et claires afin de répondre aux hypothèses. En ce qui concerne les questions ouvertes, elles ont été analysées qualitativement par thématique récurrente et illustrées, au besoin, par une réponse tirée du questionnaire (verbatim). Enfin, une analyse croisée de certaines questions, mettra en corrélation les données de deux résultats afin d'obtenir des données significatives afin de mieux comprendre le sujet. Les éléments importants des entretiens sont repris sous chaque analyse croisée afin d'illustrer les résultats de ces croisements de données.

Questions démographiques

Afin d'introduire cette partie sur l'analyse du questionnaire, il est intéressant de se pencher en premier lieu sur les données démographiques récoltées dans les 5 dernières questions du questionnaire dans le but de dresser un profil des répondants avant d'analyser plus précisément les réponses aux questions relatives à la création de safe places et du sentiment d'empowerment induit par les comptes Instagram de personnes sans notoriété préalable.

Les résultats de ces questions montrent que :

- **Question 25 :** Dans quelle tranche d'âge vous situez-vous ?

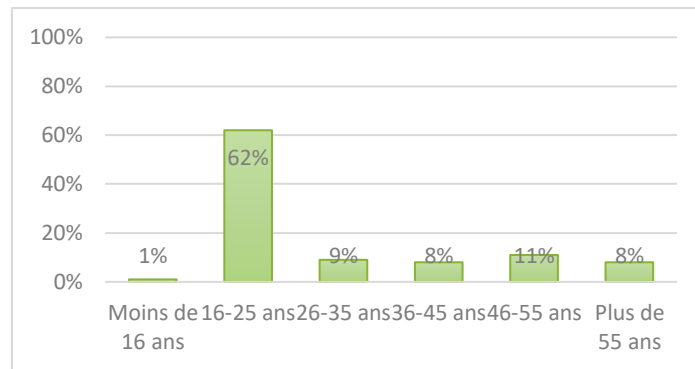


Figure 6. Répartition des tranches d'âge

La tranche d'âge majoritaire des répondants est de 16-25 ans. Cela peut s'expliquer en partie par le fait que le questionnaire a principalement été partagé via les réseaux sociaux Facebook et Instagram et a donc touché plus facilement des étudiants et des cercles de proches appartenant à la même tranche d'âge ou au même cercle de fréquentation. De plus, le très faible pourcentage de répondants de moins de 16 ans peut être justifié par la même raison, dû à la limite d'âge requise pour s'inscrire sur un réseau social.

- **Question 26 :** Où habitez-vous ?

Une très large majorité des répondants (94%) habitent en Belgique. Ce facteur peut s'expliquer par la même raison que pour les tranches d'âge, le questionnaire ayant principalement été partagé via les réseaux sociaux et donc à des contacts habitants en Belgique.

- **Question 27 :** Quel est votre genre ?

La majorité des répondants sont des femmes (69 %), ce qui reflète probablement le biais d'échantillonnage lié au mode de diffusion du questionnaire via les réseaux sociaux personnels de l'auteure. Cette surreprésentation est à garder en tête dans l'interprétation des résultats, notamment lorsqu'il s'agit d'analyser la perception de sécurité ou d'empowerment. Seuls deux répondants appartiennent à la catégorie de genre « Autre », leur pourcentage est inférieur à 1% et cette catégorie n'apparaît donc pas dans le graphique.

- **Question 28 :** Quel est votre niveau d'éducation le plus élevé atteint ?

En ce qui concerne le niveau d'éducation, les résultats sont assez variés et correspondent aux données concernant l'âge. Seulement 4% des répondants n'ont obtenus que le CEB, ce qui correspond au seul diplôme possiblement obtenu entre 12 et 18 ans (pour rappel, seulement 1% des répondants ont moins de 16 ans). A contrario, 42% des répondants possèdent un bachelier, ce qui est cohérent avec la majorité des répondants ayant entre 18 et 25 ans.

- **Question 29 :** Vous considérez-vous comme féministe ?

La dernière question du questionnaire portait sur l'identification au mouvement féministe. Une majorité des répondants (66%) se considèrent comme féministes, tandis que 34% déclarent ne pas s'y identifier. Cette variable est essentielle pour la suite de l'analyse, car elle permet d'observer des différences notables dans la perception des comptes étudiés, notamment en termes de sentiment de sécurité, d'empowerment ou d'adhésion aux messages transmis. Ce résultat reflète également une probable auto-sélection de l'échantillon : les personnes sensibilisées aux enjeux féministes ou déjà abonnées à ce type de contenu étaient sans doute plus enclines et motivées à répondre au questionnaire, ce qui constitue un biais à prendre en compte dans l'interprétation globale.

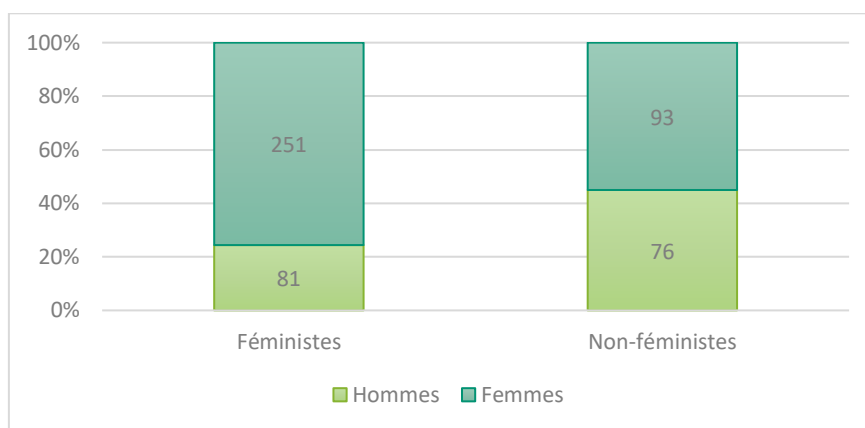


Figure 7. Répartition du nombre d'hommes et de femmes se considérant féministes ou non

Si l'on croise les réponses aux questions 27 (genre) et 29 (identification féministe), comme dans la figure 7., les données révèlent que, parmi les personnes se déclarant féministes, 75% sont des femmes, contre 25% d'hommes. Cette répartition souligne que l'identification au féminisme demeure fortement genrée, les femmes étant nettement plus nombreuses à se reconnaître dans ce mouvement. Cette tendance se prolongera dans plusieurs résultats du questionnaire,

notamment en ce qui concerne le sentiment de sécurité, l'adhésion aux contenus, ou encore la perception d'un rôle actif dans la lutte féministe, que nous analyserons dans les sections suivantes.

Questions sur les perceptions de ces comptes

- **Question 1 :** Êtes-vous au courant de l'**existence** de comptes Instagram créés par des personnes sans notoriété préalable, s'exprimant sur des sujets liés aux mouvements féministes (éducation sexuelle et menstruelle, lutte contre le harcèlement et les inégalités de genre, acceptation de soi, maternité, ...) ?

Les résultats du questionnaire révèlent qu'une faible majorité des répondants (56%) sont conscients de l'existence de comptes Instagram créés par des individus sans notoriété préalable abordant des sujets féministes. Cette connaissance moyenne suggère une visibilité et une portée limitées de ces comptes, mais confirme l'émergence d'une nouvelle forme d'activisme en ligne accessible à un large public même s'ils ne sont pas issus de célébrités ou d'organisations établies.

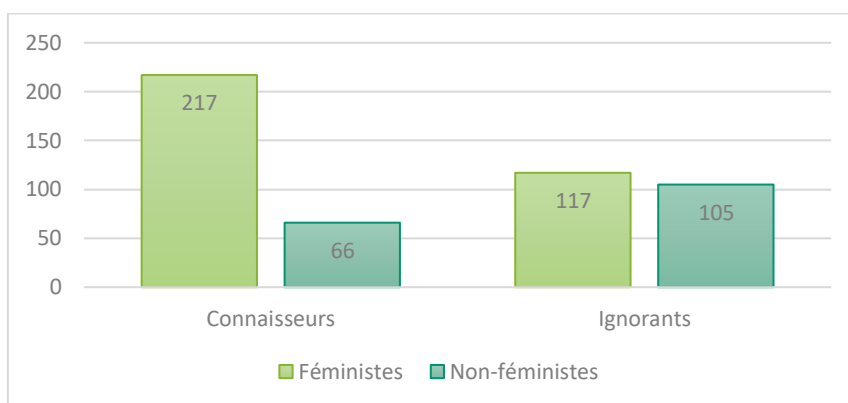


Figure 8. Nombre de répondants féministes et non féministes, connaisseurs ou non de l'existence des comptes Instagram féministes de personnes ordinaires

Sur les 283 personnes au courant de l'existence de ces comptes, 217 (77%) se considèrent féministes. Mais parmi les 222 personnes qui ne connaissent pas ces comptes, 117 (53%) se disent tout de même féministes. Ce croisement révèle deux points intéressants : la majorité des personnes connaissant ces comptes sont féministes, ce qui confirme que ces espaces circulent surtout dans des communautés déjà engagées. Cependant, plus du tiers des personnes féministes ignorent l'existence de ces comptes (117 sur 334 féministes déclarés), ce qui suggère que le

militantisme numérique ne touche pas automatiquement l'ensemble des personnes partageant des valeurs féministes.

Ces résultats renforcent l'idée que les comptes militants gérés par des personnes non médiatisées représentent une forme émergente et encore partiellement invisible de féminisme numérique. Ils semblent connus principalement dans des cercles engagés, mais leur portée reste segmentée. Cela interroge la capacité de ces espaces à toucher un public plus large ou à se diffuser hors des « bulles » militantes.

- **Question 2 :** Dans quelle mesure pensez-vous qu'ils contribuent à la création de safe places virtuelles pour les femmes ?

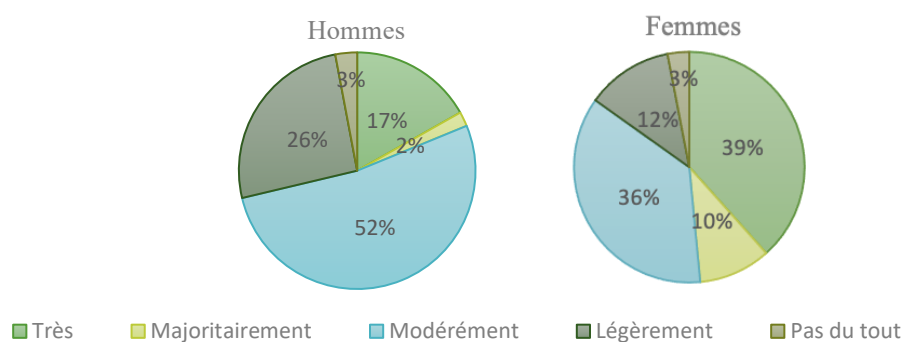


Figure 9. Comparaison de la perception de la contribution à la création de safe places chez les hommes et les femmes

Les femmes sont presque deux fois plus nombreuses que les hommes à considérer que ces comptes contribuent très fortement à la création de safe places virtuelles (39% contre 17%). À l'inverse, une majorité d'hommes (52%) jugent cette contribution modérée, contre 36% des femmes. Une part importante d'hommes (26%) ne voient qu'une contribution légère, soit plus du double par rapport aux femmes (12%). Les avis très sceptiques (« pas du tout ») restent marginaux dans les deux groupes (3 %), ce qui montre un rejet faible de l'idée même de safe place virtuelle.

Ces résultats montrent une différence nette entre hommes et femmes dans la perception de l'impact de ces comptes sur la création d'espaces numériques sécurisants pour les femmes. Les femmes perçoivent davantage ces comptes comme des lieux protecteurs, bienveillants et

soutenants, alors que les hommes tendent à minimiser ou à relativiser cet effet. Cela peut refléter une différence d'expérience personnelle avec les environnements numériques : les femmes étant souvent plus exposées aux violences ou remarques sexistes en ligne, elles sont peut-être plus sensibles à la présence d'espaces perçus comme protecteurs.

- **Question 3 :** Pensez-vous que ces comptes offrent un espace d'expression où les femmes se sentent connectées et soutenues ?

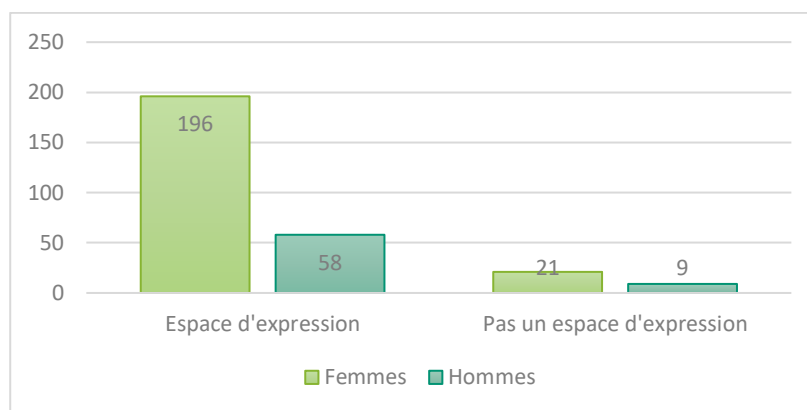


Figure 10. Comparaison du genre des répondants sur leur considération de ces comptes comme un espace d'expression

Sur les 283 répondants, 254 considèrent ces espaces comme des safe places, ce qui représente 90% des répondants de genre féminin et 88% de ceux de genre masculin. Les proportions sont très similaires, ce qui démontre un consensus global sur la fonction sociale positive de ces espaces, tous genres confondus. Seules 21 femmes sur 217 (10%) ne se sentent pas concernées par cet aspect et ces résultats confirment que la fonction communautaire de ces comptes est largement perçue et valorisée. Le fait que près de 9 personnes sur 10, tous genres confondus, les considèrent comme des espaces de connexion et de soutien démontre leur efficacité dans la construction d'une forme de solidarité numérique. Cette perception quasi unanime appuie l'idée que ces comptes contribuent à créer un environnement bienveillant et inclusif, même si quelques nuances persistent selon les vécus individuels.

- **Question 4 :** Considérez-vous que ces comptes contribuent à l'empowerment des femmes en les encourageant à s'exprimer et à se défendre face aux injustices sexistes ?

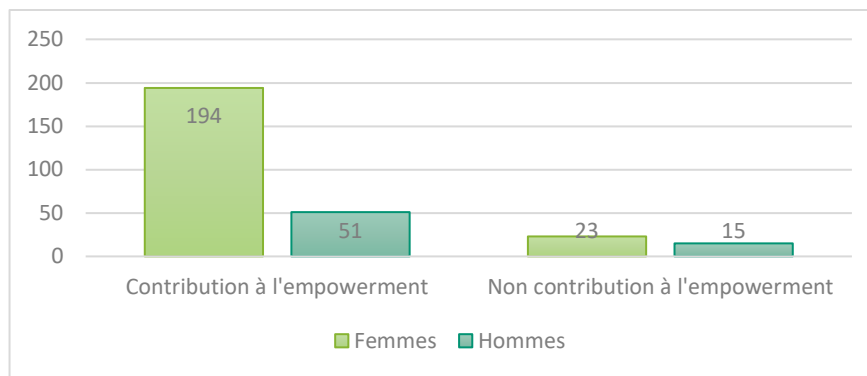


Figure 11. Comparaison du genre des répondants sur l'empowerment des femmes engendré par ces comptes

Une large majorité des répondants (87%) reconnaît l'effet émancipateur de ces comptes. Cela suggère que ces plateformes ne sont pas seulement des lieux de soutien passif, mais qu'elles incitent activement les femmes à prendre leur place et à défendre leurs droits, reflétant la définition de l'empowerment comme processus d'acquisition de pouvoir. Le fait que plus des trois quarts des hommes reconnaissent également l'effet d'empowerment est notable : cela montre que la légitimité de ces comptes ne repose pas uniquement sur la reconnaissance interne au groupe concerné, mais aussi sur une perception extérieure de leur utilité sociale et politique.

- **Question 5 :** À quel point pensez-vous que les caractéristiques spécifiques de ces comptes (par ex: contenu inclusif, ton moins formel que pour une organisation, interaction communautaire plus forte qu'avec une célébrité, etc...) renforcent leur efficacité en tant que safe places virtuelles ?

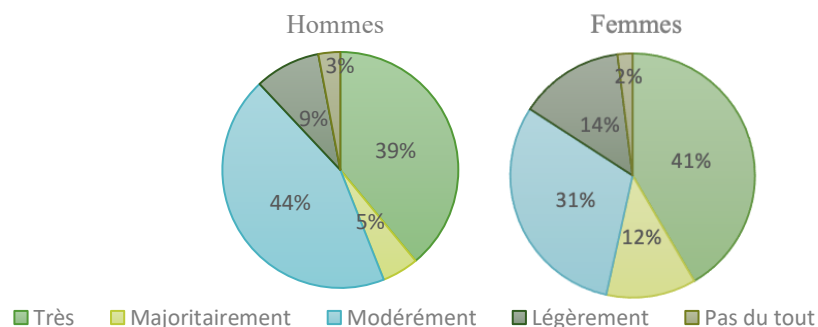


Figure 12. Comparaison du degré d'importance perçu pour les caractéristiques spécifiques de ces comptes chez les hommes et les femmes

La question sur l'impact des caractéristiques spécifiques des comptes (contenu inclusif, ton, interaction) permet de comprendre ce qui rend ces plateformes efficaces : 51% des répondants estiment que l'impact de ces caractéristiques est « Très » ou « Majoritairement » important, ce

qui confirme que la forme et le fond du contenu, ainsi que la manière dont les interactions sont gérées, sont des facteurs cruciaux de leur succès et de leur capacité à créer des espaces pertinents.

Globalement, les femmes sont un peu plus nombreuses que les hommes à percevoir un impact très fort ou majoritaire de ces caractéristiques spécifiques (54% contre 44% chez les hommes). Chez les hommes, la réponse la plus fréquente est « modérément » (44%), ce qui traduit une perception plus nuancée, voire sceptique de l'impact des choix éditoriaux (ton, accessibilité, inclusivité) sur la création d'un environnement protecteur. En revanche, la part de réponses « Très » est étonnamment proche entre les deux groupes : 39 % des hommes et 42 % des femmes. Cela suggère que certains hommes perçoivent eux aussi l'efficacité de ces stratégies, même s'ils se sentent moins concernés personnellement par leur impact. Les réponses « pas du tout » restent marginales dans les deux cas, ce qui renforce l'idée que la grande majorité des répondants reconnaissent un effet au moins partiel de ces caractéristiques.

Ces résultats confirment que les caractéristiques spécifiques des comptes féministes « ordinaires » sont largement perçues comme renforçant leur efficacité en tant que safe places virtuelles, en particulier par les femmes. Le ton accessible, la personnalisation du message et la proximité communautaire semblent jouer un rôle structurant dans le sentiment de sécurité exprimé par les utilisateurs. La reconnaissance de cet effet, même parmi une majorité d'hommes, montre que l'esthétique et l'interaction participative sont des leviers puissants dans le militantisme numérique contemporain.

- **Question 6 :** Est-ce que ces comptes vous ont personnellement encouragé.e à prendre la parole ou à vous impliquer dans des causes féministes ?

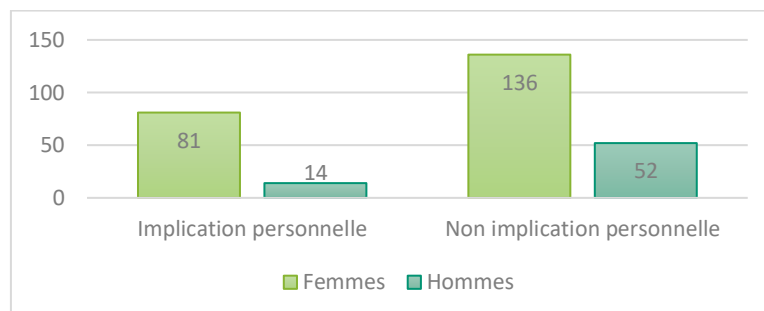


Figure 13. Comparaison du genre des répondants sur leur implication personnelle dans la cause féministe

Les femmes sont presque deux fois plus nombreuses que les hommes à avoir été personnellement encouragées à agir (37% contre 21%). Cette différence s'explique par une plus grande identification au contenu et une proximité avec les thématiques traitées. Chez les hommes, la très faible part de réponses positives confirme que, même si ces comptes sont visibles et reconnus pour leur impact, ils mobilisent principalement un public déjà concerné ou en affinité avec les luttes féministes mais le fait que près des deux tiers des femmes déclarent ne pas avoir été directement encouragées à passer à l'action montre que l'empowerment perçu n'est pas toujours suivi d'une implication personnelle active. Il existe donc une distinction entre « prise de conscience » et « engagement », que ces comptes ne franchissent pas toujours pour tous les publics.

Bien que la perception générale d'empowerment soit très forte, l'encouragement personnel à l'action est ressenti par une minorité des répondants (34%). Cela pourrait indiquer que si ces comptes sensibilisent et donnent des outils, le passage à l'action individuelle reste un défi ou est influencé par d'autres facteurs.

- **Question 7 :** Pensez-vous que chacun.e a désormais la possibilité de contribuer à la lutte féministe grâce à ce type de comptes, sans nécessairement faire partie d'une organisation établie ou sans être une personnalité publique ?

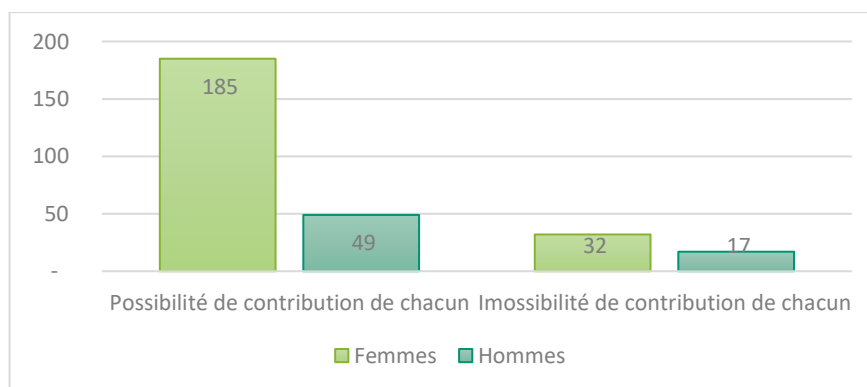


Figure 14. Comparaison du genre des répondants sur leur perception d'une contribution à la lutte féministe accessible à tout un chacun

Une très grande majorité des répondants, femmes comme hommes, considère que les réseaux sociaux ont démocratisé l'accès à l'engagement féministe, en dehors des circuits militants traditionnels. Cela reflète l'idée que ces comptes créent une porte d'entrée plus inclusive pour

s'exprimer et contribuer à une cause. La majorité des femmes (85%) reconnaissent cette possibilité, ce qui indique que ces espaces sont perçus comme accueillants et ouverts à la participation individuelle, même sans légitimité institutionnelle ou médiatique. Au niveau des hommes, le taux d'adhésion (74%) reste élevé mais légèrement inférieur, ce qui pourrait refléter soit une moindre identification aux espaces féministes en ligne, soit un sentiment d'exclusion ou de non-légitimité à intervenir dans ces espaces.

Cependant, parmi les 49 personnes qui estiment ne pas pouvoir contribuer, la majorité sont des femmes. Ce paradoxe des femmes reconnaissant l'utilité de ces comptes mais doutant de leur propre capacité à y contribuer peut suggérer, comme exprimé dans les questions ouvertes suivantes, un manque de confiance en soi, la crainte d'être illégitime ou mal reçue, ou encore la persistance d'inégalités dans la prise de parole, même dans des espaces supposés ouverts.

Ces résultats confirment toutefois l'idée que les comptes féministes « ordinaires » sur Instagram jouent un rôle de démocratisation de l'activisme. En abaissant les barrières à l'entrée, ils permettent à des personnes sans visibilité, expérience militante ou affiliation, de s'exprimer, d'apprendre, et éventuellement d'agir. Cependant, la persistance d'un doute ou d'un frein chez certaines femmes interroge sur les limites d'accessibilité perçue.

- **Question 8 :** Dans quelle mesure percevez-vous que ces comptes influencent la dénonciation des pratiques critiquables dans la société ?

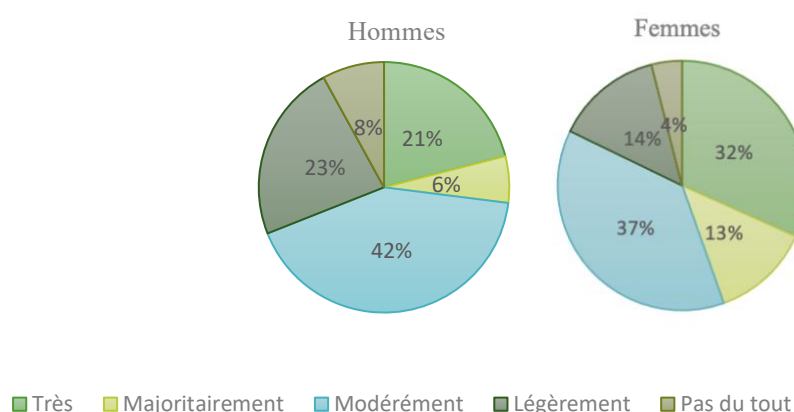


Figure 15. Comparaison de la perception de l'influence de ces comptes dans la dénonciation du sexisme chez les hommes et les femmes

Les femmes sont nettement plus nombreuses à percevoir une forte influence de ces comptes dans la dénonciation avec un pourcentage de 45% (Très + Majoritairement) chez les femmes, contre 27 % chez les hommes. Cela confirme que les femmes se sentent plus concernées par le contenu proposé, en lien direct avec leurs expériences personnelles, ce qui augmente la perception d'un impact tangible.

Chez les hommes, la majorité se regroupe autour de l'évaluation modérée (42%), et près d'un tiers estime cette influence faible à inexistante (31% Légèrement ou Pas du tout). Cela peut refléter une distance émotionnelle ou sociale vis-à-vis des luttes féministes, ou une moins grande exposition à ces publications. Toutefois, le fait que 38 % des femmes trouvent l'influence seulement « modérée » montre que, même dans les publics concernés, il existe une forme de scepticisme ou de prudence sur l'efficacité réelle de ces dénonciations dans la sphère publique. L'ampleur de cette influence est réelle mais nuancée, notamment chez les hommes, mais aussi chez une partie des femmes, suggérant que l'impact perçu dépend également de facteurs extérieurs.

Question sur l'utilisation personnelle d'Instagram et la relation personnelle avec les comptes analysés

- **Question 9 :** Depuis combien de temps utilisez-vous Instagram ?

Bien que le questionnaire soit ouvert à tout le monde puisqu'il aborde la connaissance de l'existence des comptes et les perceptions associées, peu de gens n'utilisant pas, ou seulement depuis peu, Instagram sont au courant de l'existence de ces comptes (18% n'utilisant pas Instagram ou présents depuis moins de 3 ans sur le réseau social). La majorité des répondants (82%) utilisent Instagram depuis au moins 4 ans. Ces résultats pourraient être le signe que la connaissance de l'existence de ces comptes est liée à l'utilisation d'Instagram et que les mises en avant de ces comptes hors des réseaux sociaux ne touchent qu'une faible partie de la population non présente sur la plateforme.

- **Question 10 :** A quelle fréquence consultez-vous des comptes Instagram liés aux thématiques féministes, à l'empowerment des femmes, ou d'autres sujets similaires ?

La fréquence de consultation de ce type de compte est assez variable. Il est tout de même intéressant de noter que parmi les utilisateurs d'Instagram au courant de l'existence de ces

comptes, 16% ne les consultent pas personnellement. 31% des répondants consultent très fréquemment (au moins une fois par jour ce type de comptes). L'autre moitié des répondants (53%) consultent ces comptes occasionnellement, en regardant ce type de contenu quelques fois par semaines ou par mois.

- **Question 11 :** Quel type de comptes liés aux thématiques féministes et à l'empowerment des femmes suivez-vous le plus ?

En ce qui concerne le type de comptes liés aux thématiques féministes suivis par les répondants, les comptes individuels sont majoritaires (37%), suivis par les comptes d'influenceurs (25%). Les comptes d'organisations sont suivis par 20% des répondants, et les comptes de collectifs, par 18%. Cette majorité de suivi de comptes individuels démontrent que parmi les utilisateurs d'Instagram partisans de contenus féministes, les comptes individuels de personnes sans notoriété ont tout de même une certaine visibilité et un impact à prendre en considération.

- **Question 12 :** Comment avez-vous découvert ces comptes ?

La découverte de ces comptes se fait principalement via des partages sur d'autres réseaux sociaux (33%), des recommandations de proches (21%) ou des recherches (20%) ou suggestions Instagram (13%). Seuls 12% des répondants ont découvert ces comptes via des médias ou des articles de presse. Ces résultats peuvent suggérer l'existence effective d'une bulle de filtre : les personnes consultant ce genre de contenus sont plus à être confrontées directement via les réseaux sociaux (algorithme ou partages de proches).

- **Question 13 :** Pour vous, est ce que ces comptes, créés par des personnes sans notoriété préalable ont eu un impact différent ou complémentaire par rapport aux comptes créés par des célébrités ou par des organisations pré-établies ?

76% des répondants s'accordent pour dire que ces comptes Instagram créés par des personnes sans notoriété préalable ont eu un impact différent ou complémentaire par rapport aux comptes créés par des célébrités ou des organisations établies.

Afin de mieux comprendre les perceptions des répondants, il leur a été demandé de développer leur avis, aussi bien positif que négatif. De ces avis, plusieurs idées ressortent chez la plupart des personnes :

- **Question 14** : Si oui, pourquoi ?

Les personnes interrogées décrivent majoritairement ces comptes comme proches, accessibles et authentiques. Leur tonalité directe, leur format amical et la diversité des profils mis en avant contribuent à créer un sentiment de proximité qui contraste avec les discours institutionnels ou médiatiques souvent perçus comme distants. Plusieurs répondants soulignent que ces comptes donnent l'impression de créer un « sentiment de proximité, partage d'un contenu ancré dans le réel » et qu'ils « s'identifient davantage à des personnes sans notoriété, le message semble plus sincère et spontané. Derrière un compte de célébrités, on ne sait pas ce qu'il se cache (les motivations, contrats, etc) ». Cette accessibilité favorise l'adhésion à une cause sans qu'elle soit présentée de manière élitiste ou militante au sens traditionnel du terme.

En lien avec cette authenticité, les répondants mettent en avant un ton plus libre, moins formel, parfois même humoristique ou spontané, qui contraste avec l'univers parfois codifié des médias classiques ou des influenceurs. Cette absence d'aspect commercial est également perçue positivement, certains allant jusqu'à dire qu'il renforce la nature « sans artifice » du message porté.

La majorité des réponses valorisent également la pertinence du contenu estimé lié à la réalité quotidienne, ancré dans des situations vécues et compréhensibles. Le fait que ces comptes soient incarnés par des individus ordinaires et non par des influenceurs traditionnels ou des personnalités médiatiques renforce le sentiment d'identification. Ils sont perçus comme plus humains, sincères et dignes de confiance ainsi que plus représentatifs de la diversité des points de vue et des vécus représentés, notamment grâce à une approche intersectionnelle. Cette pluralité permet une meilleure identification pour des publics souvent invisibilisés dans les discours dominants : femmes racisées, LGBTQ+, femmes âgées, jeunes, etc. Comme le dit une participante : « Il y a plus de contenu, le contenu est plus varié, les exemples de situations sexistes qui sont dénoncées, les statistiques qui sont utilisées et les points de vue sont plus

nombreux. Les différents types de femmes (de par leur ethnie, leur âge, leur vécu) permettent à un plus grand nombre de femmes de s'y identifier ».

- **Question 15 :** Si non, pourquoi ?

Certains répondants estiment que le fait qu'un compte soit tenu par une personne « lambda », c'est-à-dire non célèbre ou institutionnellement reconnue, n'a pas d'influence déterminante sur la portée du message féministe. Selon ces participants, chaque prise de parole compte, indépendamment de son origine, et l'important réside dans la finalité du discours, plus que dans l'identité de la personne qui le porte. Pour ces répondants, la lutte féministe gagne à être multiple et décentralisée, et le message a la même valeur, quelle que soit sa source.

D'autres participants nuancent cette idée en soulignant que les comptes non notoires ont moins de visibilité et donc un impact moindre. Leurs publications circuleraient moins largement et seraient moins relayées par les algorithmes, ce qui limiterait leur portée. Par ailleurs, certains expriment la crainte que les personnes non formées ou non informées puissent s'exprimer sans avoir pris le temps de se documenter, au risque de diffuser des messages maladroits ou mal interprétés.

- **Question 16 :** Avez-vous déjà ressenti un sentiment de solidarité ou d'empowerment en suivant ces comptes, ou si vous n'en suivez pas vous-même, entendu parler d'un tel sentiment ressenti par l'un.e de vos proches grâce à ces comptes ?

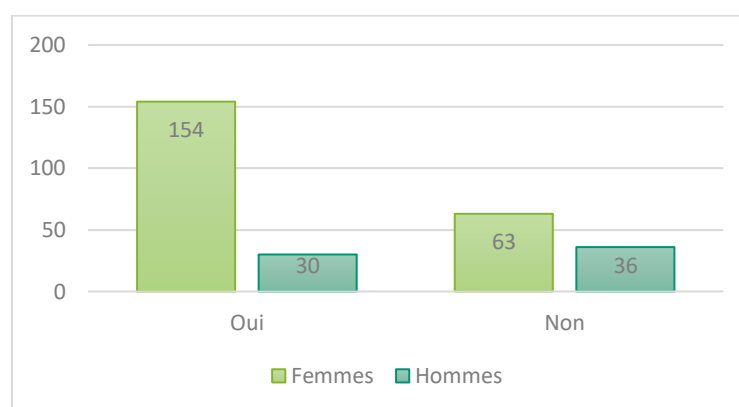


Figure 16. Comparaison du genre des répondants sur leur ressenti ou connaissance de solidarité ou d'empowerment induits par ces comptes

Une majorité de répondants (65%) a ressenti ou entendu parler d'un sentiment de solidarité, ce qui constitue une validation de l'aspect communautaire de ces comptes et de leur rôle dans le renforcement des liens entre les femmes. Près de trois quarts des femmes ayant répondu au questionnaire (71%) déclarent avoir ressenti un sentiment de solidarité ou d'empowerment, ou avoir entendu un témoignage en ce sens. Cela montre une forte capacité des comptes à générer un effet de reconnaissance et de soutien, particulièrement parmi les femmes. Pour les hommes, la proportion de reconnaissance d'un sentiment de solidarité est inférieure à la moitié des répondants (45%), ce qui pourrait s'expliquer par une moins grande identification au contenu, une distance émotionnelle ou politique vis-à-vis des luttes féministes, ou le fait que les effets de solidarité ressentis par les hommes sont moins directement ciblés par les messages de ces comptes.

- **Question 17 :** Si oui, pouvez-vous donner un exemple ?

Ce sentiment de solidarité ressenti ou observé par une majorité des répondants se manifeste d'abord à travers les échanges dans les commentaires, souvent décrits comme bienveillants, soutenant et propices à l'entraide. Plusieurs participants parlent de soutien moral entre abonnés, de réponses compatissantes à des témoignages sensibles, et d'une atmosphère générale d'écoute et de respect mutuel.

La dénonciation collective des normes sexistes est également citée comme moteur de cette solidarité. Les contenus partagés, qu'il s'agisse de témoignages, de posts informatifs ou de parodies, renforcent la conscience d'un vécu partagé, et s'accompagnent parfois de hashtags fédérateurs comme #MeToo. Cette mise en commun des expériences crée une impression de communauté où les injustices sont reconnues collectivement, comme l'exprime une répondante en affirmant : « Il est réconfortant de savoir qu'on n'est pas seule à rencontrer certaines problématiques et d'avoir un lieu pour échanger et se sentir soutenu mais également pour connaître et entreprendre les actions adéquates pour lutter contre toute discrimination ou abus. »

Certains répondants insistent aussi sur le fait que ces comptes ont contribué à une libération de la parole en permettant à des personnes de raconter publiquement ce qu'elles n'auraient pas osé dire ailleurs. Cette parole encouragée et accueillie fait naître un sentiment d'être entouré, représenté, compris, souvent décrit comme profondément soulageant, voire thérapeutique.

Enfin, les participants évoquent le rôle éducatif et transformateur de ces espaces. Ils sont perçus comme des lieux d'aide à la compréhension des mécanismes sexistes, de prise de conscience de situations injustes, et parfois même comme une source de conseils concrets pour agir dans la vie quotidienne.

- **Question 18 :** Quels sont les aspects que vous appréciez le plus dans ces comptes que vous suivez ?

Les répondants apprécient avant tout la proximité que créent ces comptes, grâce à un ton personnel, une familiarité avec les situations évoquées et une facilité d'identification. Le partage de témoignages, souvent sincères et bruts, contribue à un sentiment d'authenticité et de liberté d'expression, comme en témoigne une participante évoquant « la transparence, la non-censure, la vérité et la liberté d'une voix féminine ».

Le ton bienveillant, la solidarité exprimée, ainsi que la perception d'un espace sécurisé et sans jugement sont également fréquemment mentionnés. Ces comptes sont perçus comme accessibles, actuels et efficaces dans leur vulgarisation, tout en contribuant à une prise de conscience des normes sexistes, à une sensibilisation collective qui libère et encourage la prise de parole.

Plusieurs répondants saluent la diversité des profils représentés et l'importance accordée à l'inclusion, ce qui leur donne un sentiment d'équité et de reconnaissance. Enfin, certains soulignent également la présence d'humour et la spontanéité dans les messages diffusés.

- **Question 19 :** Avez-vous déjà posté un commentaire sur l'un de ces comptes ?

Une grande majorité (78%) des répondants qui connaissent ce type de compte n'a cependant jamais posté de commentaires sous les posts. Les 4 questions suivantes ont pour but d'approfondir le contenu des commentaires postés et le sentiment de sécurité, ou non, ressenti pour le faire, ou non.

Ces résultats sont toutefois à prendre avec précaution : les questions 19 à 23 ont été rajoutées dans le questionnaire après que celui-ci ait déjà été diffusé. Sur les 505 répondants totaux, 180 personnes avaient déjà répondu au questionnaire et n'ont donc pas répondu à ces questions. Sur

les 283 personnes ayant répondu « Oui » à la question sur la connaissance de l'existence de ces comptes, seules 155 répondants ont eu la possibilité de répondre à ces questions supplémentaires portant sur les commentaires. Toutefois, dû à une erreur dans les réglages du questionnaire, 6 personnes n'utilisant pas Instagram ont été amenées à répondre à ces questions. Il semble évident que ces 6 personnes n'ont pas posté de commentaire puisqu'elles ne sont pas présentes sur la plateforme sociale et elles n'ont donc pas été prise en compte dans le pourcentage de répondants à la cette question.

- **Question 20 :** Si oui, sur quoi portait votre commentaire ?

69% des répondants ayant déjà commenté l'un des comptes l'ont fait dans le but de soutenir soit le propriétaire du compte, soit la personne ayant témoigné. Cela témoigne du sentiment de solidarité que peuvent ressentir les personnes abonnées à ces comptes. En revanche, seuls 17% des répondants ont utilisé l'espace commentaire pour protester ou s'indigner d'une situation et seuls 14% ont commenté pour témoigner de leur propre expérience.

- **Question 21 :** Vous êtes-vous senti.e en sécurité pour le faire ?

Ces résultats sont également à comprendre avec une certaine précaution. Concernant la question du sentiment de sécurité ressentie pour commenter, 116 répondants affirment n'avoir jamais posté de commentaire. Pourtant, 16 d'entre eux déclarent tout de même se sentir en sécurité pour le faire. Cette apparente contradiction peut s'expliquer par les réponses à la question suivante, dans laquelle ces personnes précisent ne pas commenter par habitude ou par absence d'envie, mais affirment que si elles voulaient commenter, elles se sentiraient en sécurité pour le faire. Il s'agit donc d'un ressenti projectif, et non d'un retour d'expérience. À l'inverse, 21 personnes indiquent qu'elles ne commentent pas, précisément parce qu'elles ne se sentent pas en sécurité.

Enfin, parmi les 33 répondants ayant effectivement déjà commenté, 27 déclarent s'être sentis en sécurité lors de cette interaction tandis que 4 disent ne pas avoir ressenti ce sentiment.

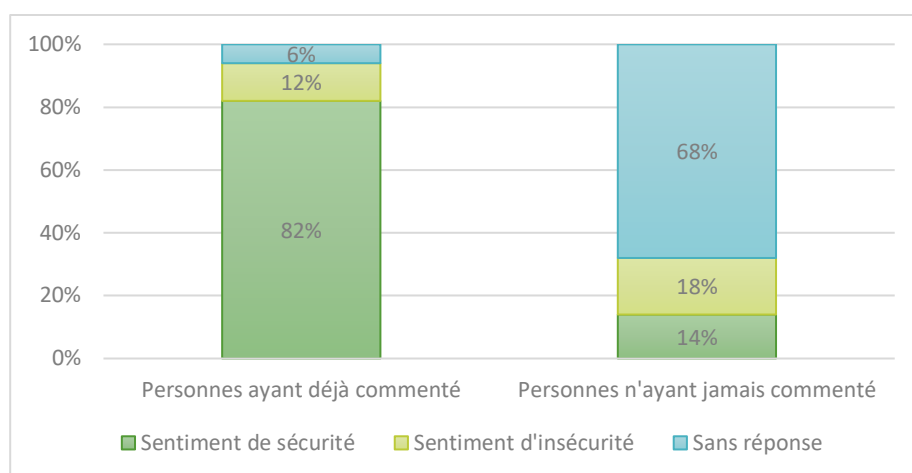


Figure 17. Taux de répondants se sentant en sécurité pour commenter

- **Question 22 :** Si oui, grâce à quoi ?

Les répondants ayant déclaré se sentir en sécurité pour commenter l'expliquent principalement par la bienveillance perçue de la communauté, le sentiment d'être entouré de personnes partageant les mêmes valeurs, et l'absence de jugement. Plusieurs évoquent une forme de confiance en soi permise par l'environnement, perçu comme collectif, solidaire et accueillant, parfois qualifié de « safe place » ou d' « espaces de pensées ». D'autres justifient ce sentiment par le caractère personnel des comptes, leur ton non autoritaire, ou encore la proximité ressentie avec le ou la gestionnaire. L'anonymat relatif des plateformes, ainsi que la liberté d'expression ressentie, renforcent également cette sécurité, tout comme le fait de voir de nombreux commentaires précédents, ce qui donne l'impression que la parole est légitime et déjà partagée.

- **Question 23 :** Si non, à cause de quoi ?

Parmi les répondants ne s'étant pas sentis en sécurité pour commenter, plusieurs évoquent la crainte d'être jugé ou mal compris, notamment de la part d'autres internautes ou d'hommes hostiles aux messages féministes. Certains hommes interrogés expriment une appréhension à intervenir dans un espace perçu comme féminin ou féministe, de peur de voir leurs propos mal reçus. D'autres mettent en avant une insécurité générale liée à l'espace numérique : agressivité possible, détournement de propos, ou manque de confiance dans l'environnement en ligne.

À ces craintes s'ajoutent des raisons plus personnelles, telles que la timidité, la gêne de s'exposer publiquement, ou simplement une posture passive. Plusieurs répondants indiquent n'avoir ni l'habitude ni le besoin de commenter, se sentant davantage membres d'une « majorité silencieuse » préférant lire plutôt qu'interagir.

5.2.1. ANALYSES CROISÉES

Contribution à la création de safe places (question 2) versus sentiment de solidarité (question 16) :

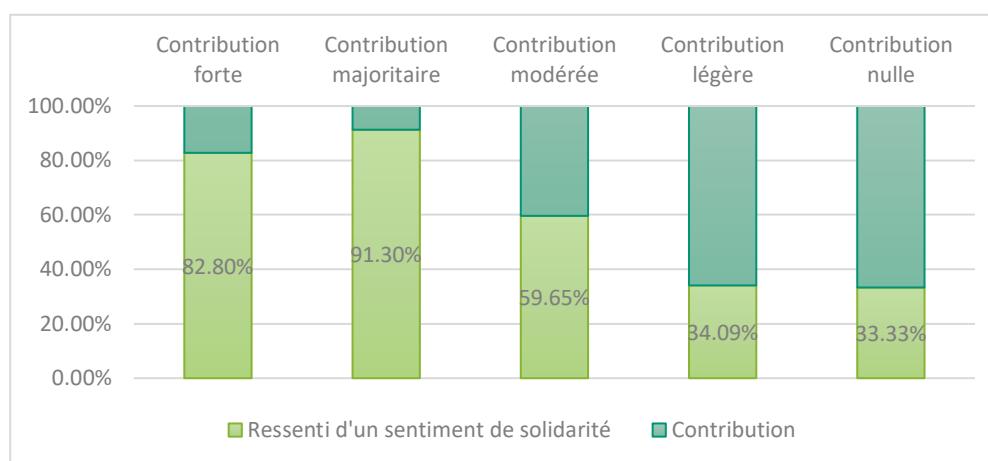


Figure 18. Taux de ressenti d'un sentiment de solidarité en fonction du niveau de contribution à la création de safe places estimé

Le croisement entre les réponses à la question sur la contribution perçue à la création d'un espace sûr (Q2) et le ressenti de solidarité (Q16) met en évidence une relation significative entre les deux. Plus les répondants ont le sentiment que les comptes analysés et leurs abonnés peuvent jouer un rôle actif dans la construction d'un espace bienveillant, plus ils déclarent percevoir une solidarité dans ces espaces.

Ainsi, parmi les personnes qui estiment que la contribution des gestionnaires de ces comptes à la création de safe places est « très importante », 83% déclarent ressentir un sentiment de solidarité. Ce chiffre monte à 91% pour celles qui la jugent « majoritairement importante ». À l'inverse, seuls 60% de celles et ceux qui perçoivent cette contribution comme « modérée » ressentent de la solidarité, et ce taux tombe à moins de 35% chez les personnes qui considèrent que cette contribution est « légère » ou « nulle ».

Ces corrélations montrent une relation directe : plus la perception de la contribution des gestionnaires des comptes à la création de safe places est forte, plus le sentiment de solidarité ressenti par les lecteurs est élevé. Ce croisement suggère que la perception d'un espace participatif et sécurisé, où chacun peut exprimer son vécu et participer à un climat bienveillant, renforce le sentiment d'appartenance et de soutien communautaire. Il confirme que les safe places ne sont pas uniquement perçues comme des environnements protégés, mais aussi comme des espaces construits collectivement.

Bien que de nombreux répondants identifient ces comptes comme constituant des safe places virtuelles, cette notion mérite d'être interrogée. D'un point de vue technique, la plupart des comptes étudiés sont publics, ce qui rend leur contrôle relatif puisque n'importe quel utilisateur peut y accéder, commenter ou partager. Le sentiment de sécurité, et la contribution de ces comptes à la création de safe places virtuelles pour les femmes semblent donc davantage relever d'une expérience subjective de l'environnement (ton bienveillant, commentaires modérés, proximité avec les créatrices) que d'un espace réellement fermé ou protégé, comme dans des groupes de paroles physiques. Certaines créatrices interrogées affirment modérer activement les commentaires, poser des trigger warnings ou restreindre les interactions, ce qui contribue à instaurer une ambiance de respect, de confiance et de sécurité, mais dans d'autres cas, cette perception de sécurité semble liée à une absence d'hostilité perçue plutôt qu'à des mesures concrètes. Cette perception de safe place sur les réseaux sociaux peut donc être fragile, mouvante ou remise en cause à tout moment.

Les entretiens viennent appuyer ces résultats quantitatifs. Les créatrices de comptes comme @taspensea et @lessalopes ont décrit comment leurs plateformes sont devenues des lieux où les femmes peuvent partager des expériences, poser des questions ou dénoncer des situations sans crainte de jugement. Lors de l'entretien avec l'une des gestionnaire du compte @taspensea, celle-ci admet recevoir énormément de témoignages de femmes, ce qui atteste du besoin et du sentiment de sécurité de se confier. Elle atteste également recevoir énormément de messages de femmes qui la remercient d'aborder ce sujet car cela crée en elles un sentiment de se sentir moins seules. Le compte @lessalopes, lui, affirme que ce sentiment de safe place passe également par la demande de consentement : « Est-ce que j'ai le droit de repartager ce message ? Est-ce que j'ai ton accord ? Veux-tu que ce soit anonyme ou non ? Donc ils savent aussi que

comme on ne fait pas justement de la promotion, de la surpromotion ou de la monétisation, ils peuvent tout simplement disposer de ce qu'ils nous transmettent ».

Contribution à l'empowerment (question 4) versus encouragement personnel (question 6) :

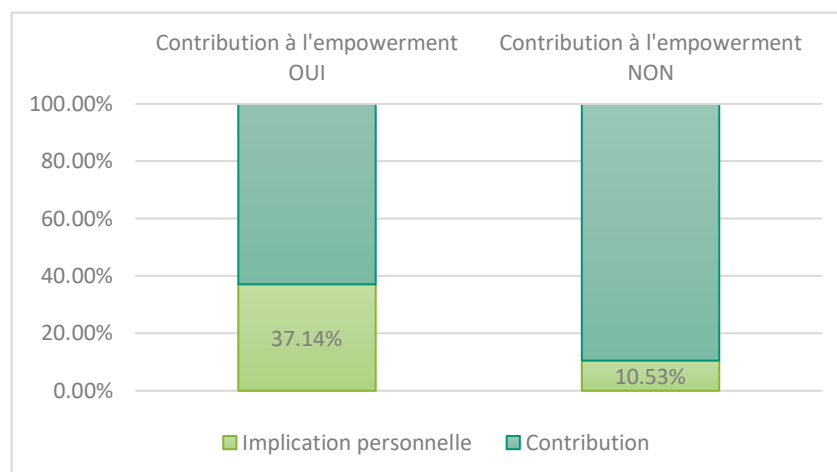


Figure 19. Taux d'implication personnelle en fonction de la perception de la contribution de ces comptes à l'empowerment des femmes

Parmi ceux qui pensent que les comptes contribuent à l'empowerment, 37,14% ont été personnellement encouragés à s'impliquer alors que parmi ceux qui ne pensent pas que les comptes contribuent à l'empowerment, seulement 10,53% ont été encouragés à s'impliquer.

Cette analyse croisée confirme qu'une perception positive de l'empowerment général du compte est un facteur favorisant l'engagement personnel, mais que cet engagement n'est pas automatique. Cela soulève des questions sur les barrières potentielles à l'action individuelle, même dans un environnement perçu comme émancipateur.

Les entretiens ont également mis en lumière cet aspect. Les créatrices ont témoigné de l'objectif de « donner un espace d'expression » aux femmes, de les informer et de les encourager à comprendre leurs droits. L'une d'elles a évoqué comment les discussions et les publications peuvent servir de prises de conscience aussi bien chez les femmes qui vivent ces situations que chez les hommes qui y contribuent. Cependant, elles reconnaissent aussi que l'action individuelle dépend de la situation et de la personnalité de chacune. Cette action peut également prendre des formes différentes : certaines femmes vont s'investir réellement dans la lutte

féministe en rejoignant, par exemple, des organisations (notamment celles créées par certains des comptes analysés) ou se concrétiser dans des actions personnelles comme le fait de quitter une situation désavantageuse, comme le souligne le compte @taspensea en disant « On a reçu des messages de femmes qui ont quitté un partenaire toxique grâce à un post ». Le passage à l'action n'est pas toujours direct mais la sensibilisation et l'information sont des étapes cruciales de l'empowerment. Même si, au total, seulement 48% des répondants ont été encouragés par ces comptes à agir, le potentiel transformateur de ces comptes est considérable.

5.2.2.DISCUSSION SUR LES RÉSULTATS DE L'ANALYSE DU QUESTIONNAIRE

Par le questionnaire diffusé, il est possible de dire que ces comptes possèdent une certaine notoriété puisque 56% des répondants au total connaissent leur existence. Cette connaissance, semble toutefois dépendre de l'utilisation d'Instagram puisque seulement 5% des personnes n'utilisant pas Instagram ont connaissance de l'existence de ce type de comptes. Un second facteur de connaissance de ce type de comptes semble dépendre du suivi personnel puisque seulement 16% des personnes ne consultant pas ce type de comptes sont conscients de leur existence. 174 personnes sur 283 suivent d'ailleurs ces comptes individuels, ce qui représente plus de la moitié des répondants ayant répondu « oui » à la première question. Ces comptes ont été, pour la plupart, découverts via les suggestions des algorithmes d'Instagram ou d'autres réseaux sociaux. Cela rejoint la pensée de Bertrand, pour qui, ce type de militantisme est confronté à un biais de confirmation causé par la sélectivité de l'information qui rassemble autour d'idéologies communes. Ce biais de confirmation peut être rendu plausible par le fait que 46% de ceux ignorant l'existence de ces comptes ne se considèrent pas féministes contre seulement 23% des répondants connaissant ces comptes mais ne se considérant pas comme féministe. En revanche, parmi les 66 non-féministes sur les 283 personnes connaissant les comptes, 27% consultent tout de même régulièrement (quelques fois par jour ou par semaine) du contenu féministe. Ces 27% vont à l'encontre de la théorie du biais de confirmation, puisque ces personnes consomment du contenu qui ne correspond pas à leurs croyances préexistantes. Cette grande visibilité des comptes de ce type et les nombreux partages de leurs publications prouvent toutefois leur démocratisation et leur popularité croissante dans l'expression féministe.

Ensuite, l'une des particularités de cette supposée quatrième vague féministe réside dans l'accès démocratisé à Internet et par conséquent dans le fait que même les personnes non célèbres ou non affiliées à une organisation ont la possibilité de s'exprimer et de contribuer à une cause. 83% des répondants confirment cette accessibilité de la cause en affirmant que chacun à désormais la possibilité de prendre part à une lutte sociale grâce à ce nouveau type de militantisme en ligne. De plus, 76% pensent que ces comptes apportent de nouveaux outils impactant pour défendre et faire progresser la cause féministe. Pour les répondants, ce qui différencie positivement ces comptes concerne majoritairement leur authenticité (impression d'un discours plus sincère et personnel, moins forcé que pour une organisation ou une célébrité), l'image de proximité et d'accessibilité du créateur et donc l'identification plus facile à lui, et enfin, la variété de profils qui prennent la parole et qui apportent tous une contribution utile. Il est intéressant de souligner que dans ces réponses, aucune n'aborde une éducation particulière sur les causes féministes, qui mènerait à un empowerment des femmes.

Création de safe places virtuelles

La première observation majeure issue de l'enquête menée est la reconnaissance de ces comptes comme des espaces virtuels sécurisants. 41% des répondants estiment que ce nouveau type de comptes contribue fortement ou majoritairement à la création de safe places, et 90% considèrent qu'ils offrent un cadre d'expression où les femmes se sentent connectées et soutenues. Ce résultat témoigne de la capacité des espaces numériques contemporains à se substituer, dans une certaine mesure, aux lieux physiques de discussion et de partage, qui ont historiquement structuré les premières formes d'auto-organisation féministe.

Ces constats s'inscrivent dans la continuité des groupes de conscience de la deuxième vague (Freeman, 1973), où les femmes se réunissaient pour mettre en commun leurs vécus d'oppression en prenant conscience de leur portée collective. Ces dispositifs construisent une architecture de confiance, renforçant la co-construction d'un espace collectif sécurisant correspondant aux fonctions originales des groupes de conscience féministes de la deuxième vague. Les comptes Instagram analysés semblent transposer cette logique dans l'espace numérique en y intégrant les spécificités technologiques et culturelles des plateformes : modération humaine ou algorithmique, trigger warnings, esthétisation visuelle des messages, contrôle de la parole par le bannissement ou la suppression.

Les entretiens réalisés avec les créatrices de comptes renforcent également cette idée d'espace numérique sécurisé. L'un de leurs principaux objectifs est souvent de garantir un espace bienveillant, sans domination hiérarchique, où chaque abonné peut, s'il le souhaite, partager un témoignage, poser une question ou simplement lire pour se sentir connecté à d'autres vécus similaires au sien. Ce caractère de refuge est d'autant plus fort qu'il s'oppose à la violence symbolique largement présente dans d'autres zones de l'espace numérique (Paillé, 2020 ; Jane, 2016). Les comptes deviennent alors des espaces où la parole féminine, souvent invisibilisée dans les espaces médiatiques traditionnels, peut être non seulement reconnue, mais valorisée.

Cependant, une tension transparaît également : plusieurs comptes affirment, lors des entretiens, éprouver des difficultés à atteindre des personnes non familières avec les sujets traités, autrement dit à sortir de leur communauté déjà militante ou féministe. Ce phénomène de « chambre d'écho » rejoint la critique formulée par Fraser (1990) sur les contre-publics subalternes, qui bien qu'essentiels pour formuler des revendications, risquent parfois de se refermer sur eux-mêmes. En cela, les comptes étudiés remplissent bien la fonction d'espace protégé, mais leur portée transformatrice de la sphère publique générale reste conditionnée par leur capacité à sortir de la bulle de filtres en raison des algorithmes d'Instagram. Cela soulève alors deux paradoxes : premièrement, les safe places remplissent une fonction de protection, mais risquent de limiter la parole dans un entre-soi idéologique et deuxièmement, elles sont des lieux nécessaires à l'émergence d'une parole minoritaire, mais peuvent freiner le dialogue intersubjectif avec autrui. Cette limite n'annule pas la valeur de ces espaces mais interroge leur capacité à transformer les normes au-delà de leur communauté immédiate.

Le sentiment de solidarité

Un autre résultat significatif est la forte résonance affective ressentie par les abonnés. 65 % des répondants disent avoir ressenti ou connu quelqu'un ayant ressenti un sentiment de solidarité ou d'empowerment via ces comptes. Ce chiffre indique un certain marqueur relationnel de ces espaces. L'intention première de la communauté n'est pas seulement de s'informer, mais de se reconnaître dans l'expérience de l'autre, se sentir représenté, entendu, reconnu.

Ce phénomène fait écho au « power with » décrit par Starhawk (1982) : une forme collective de pouvoir qui forme des espaces de collaboration et de regroupement dans le but de

déconstruire certaines normes jugées oppressives. Dans les questions ouvertes du questionnaire axées sur les aspects appréciés de ces comptes, les répondants soulignent fréquemment le ton bienveillant utilisé et la solidarité ressentie. Ces comptes sont perçus comme accessibles, actuels et efficaces dans leur vulgarisation, tout en contribuant à une prise de conscience des normes sexistes, à une sensibilisation collective qui libère et encourage la prise de parole à liberté d'expression et le sentiment d'écoute sans jugement tiennent une place centrale dans les ressources mobilisées par ces comptes, et la vulnérabilité n'est pas un tabou mais une ressource politique.

Ce féminisme relationnel vient donc corriger l'idée que le militantisme serait exclusivement physique puisqu'il agit en réalité comme un processus évolutif qui commence souvent par l'émotion suscitée par un témoignage, un graphique partagé, une publication qui fait écho à un vécu personnel. Dans ce contexte, ces comptes semblent rendre audible une expérience minorisée et renforcent le sentiment qu'un vécu n'est pas isolé mais qu'il fait partie de normes sociales plus étendues.

Cette solidarité numérique fonctionne donc comme une base à la formation communautaire, sans nécessairement s'appuyer sur une organisation formelle. Et c'est précisément cette absence d'organisation structurée, de hiérarchie ou d'adhésion formelle qui rend ces safe places plus accessibles émotionnellement pour celles et ceux qui y participent. Il n'est en effet pas obligatoire de se montrer publiquement pour s'exprimer mais cette possibilité d'expression peut amener certaines personnes à s'investir plus officiellement dans la lutte féministe.

Un empowerment ambivalent mais réel

La notion d'empowerment est centrale dans cette recherche, et les résultats montrent une nette reconnaissance de sa présence puisque 87% des personnes interrogées estiment que ces comptes contribuent à encourager les femmes à s'exprimer et à se défendre face aux injustices sexistes. Pourtant, un indicateur vient nuancer cette perception puisque seuls 34% déclarent avoir été personnellement incitées à prendre la parole ou à s'impliquer dans une cause.

Ce décalage entre empowerment perçu et mobilisation vécue rejoint la distinction proposée dans la littérature entre les différentes dimensions de l'empowerment : la prise de conscience

critique, le développement de l'estime de soi, l'acquisition de compétences, l'action concrète (Calvès, 2009 ; Bacqué & Biewener, 2013). Les résultats du questionnaire montrent que les comptes étudiés ont un rôle fondamental dans les trois premières dimensions, mais que la quatrième, qui implique un passage à l'action, semble dépendre de facteurs plus complexes identifiés par les gestionnaires interviewées et les répondants au questionnaire comme de la confiance personnelle, un sentiment d'efficacité, la nature du contenu, le climat social, etc.

Les témoignages des créatrices de comptes, notamment de @taspensea ou @lessalopes, montrent que ces espaces peuvent être des déclencheurs à l'action et qu'en entrant en concordance avec d'autres facteurs extérieurs, certaines publications peuvent produire un effet de bascule, un « déclic » qui amorce un changement de pensée. Ainsi, l'empowerment mesuré n'est pas une simple mobilisation formelle de connaissances, il est aussi émotionnel, et subjectif comme y fait référence le « power within » de Starhawk qui implique une reconnaissance de ses propres capacités personnelles dans le but de dépasser des oppressions intériorisées. Observé sous l'angle du « power within », ce rapport horizontal est particulièrement important pour mener à la conscience de sa propre valeur personnelle par la reconnaissance réciproque. En lisant un témoignage similaire, en se sentant compris dans ses émotions, chacun est amené à se repositionner comme sujet de sa propre histoire. Ce que les répondants au questionnaire décrivent est donc cette identification à un autre « comme soi », que se renforce la capacité à se défendre et à se mobiliser.

Cet empowerment virtuel prend également une forme physique de militantisme. Parmi les quatre créatrices des comptes interviewées, deux d'entre elles ont prolongé leur portée en créant une association reconnue. Elles affirment avoir voulu créer un moyen physique reconnu de diffuser leur pensée et d'atteindre des personnes en dehors des réseaux sociaux. Celles-ci identifient Instagram comme une base, un socle de connaissance mais qui reste insuffisant pour faire changer la société et donc, lutter contre le « power to » que possèdent toujours les hommes. Ces associations sont une forme de « power with » qui regroupe des personnes pour former une force collective et politique agissant de façon physique au changement des normes. Instagram permet à des personnes de s'éduquer et, par la suite, de rejoindre des associations menant des actions concrètes.

Des figures ordinaires comme nouvelles actrices de la médiation politique

Un autre élément prédominant des données recueillies est la forte valorisation de la dimension « ordinaire » des créateurs de ces comptes. L'analyse qualitative des questions ouvertes démontre que leur caractère non-institutionnel n'est pas perçu comme un manque de légitimité, mais au contraire comme un gage de sincérité et de proximité. Pour une majorité des répondants, ces figures sans notoriété préalable sont plus proches, plus sincères, plus représentatives que les grandes figures publiques ou les organisations militantes. Cette lecture rejoint l'analyse de l'agentivité numérique (Hockin-Boyers et al., 2021), selon laquelle les personnes peuvent aujourd'hui devenir des actrices politiques depuis un espace privé, non pas en prenant le pouvoir institutionnel, mais en s'instituant elles-mêmes comme ressources d'informations et de dénonciations. Cela rejoint également la définition proposée par Hockin-Boyers et al. (2021), où la capacité à agir ne dépend pas de l'autorité mais du sens produit collectivement. Ces comptes deviennent alors des lieux où se diffusent des normes alternatives, des savoirs situés, et un rapport au monde plus critique.

Cependant, cette agentivité reste fragile dans un système numérique inégalitaire représenté par une modération orientée, des invisibilisations fréquentes, des suppressions injustifiées de contenus féminins, des algorithmes discriminants, ... Les créatrices interrogées témoignent de ces obstacles, confirmant les analyses de Gillespie (2018) sur les gatekeepers numériques et le fonctionnement commercial et subjectif des algorithmes. En somme, ces comptes expérimentent au quotidien les limites structurelles de leur action politique, tout en continuant à jouer un rôle crucial dans la médiation des idées féministes.

6. Retour sur les hypothèses

De par les données empiriques récoltées et leur croisement avec le cadre théorique préexistant, il est désormais possible de répondre aux hypothèses formulées précédemment dans le but de répondre à la question de recherche « Comment l'émergence de comptes francophones sur Instagram, initialement créés par des personnes sans notoriété, a-t-elle contribué à la création de safe places virtuelles pour les femmes ? En particulier, comment ces comptes, émanant d'individus ordinaires plutôt que de célébrités ou d'organisations féministes établies, ont-ils favorisé un sentiment de solidarité et d'empowerment chez les femmes ? ».

Toutes ces hypothèses ont pu être partiellement confirmées grâce aux résultats obtenus.

Premièrement, l'hypothèse selon laquelle le web 2.0 a rendu possible l'émergence d'un nouveau type de militantisme plus accessible et un renouvellement des formes de luttes du féminisme contemporain est confirmée. Les comptes analysés illustrent un féminisme décentralisé et ancré dans l'expérience vécue, proche du « féminisme vernaculaire » (Keller, 2011) et de l'« hybridation militante » (Mendes, Ringrose & Keller, 2019), où le privé sert directement la cause publique.

Visuellement et narrativement, carrousels, témoignages et infographies facilitent l'identification et contournent les codes militants traditionnels (Bertrand, 2018). Les entretiens confirment cette posture volontairement informelle, privilégiant la proximité et la spontanéité. Les données du questionnaire montrent que la majorité des répondants perçoivent ces comptes comme démocratisant la participation à la lutte féministe, mais des écarts apparaissent selon le genre et le degré d'engagement : les hommes expriment plus souvent des doutes sur leur légitimité à participer.

Cependant, la portée réelle reste limitée par la logique algorithmique et les bulles informationnelles d'Instagram, ainsi que par des inégalités symboliques qui influencent la réception des messages. L'accessibilité technique ne garantit donc pas une accessibilité sociale universelle, même si ces comptes incarnent clairement un cyberféminisme participatif de quatrième vague.

Deuxièmement, l'idée que ces comptes créent des safe places virtuelles et renforcent un sentiment de solidarité est validée tant par les réponses majoritairement positives du questionnaire que par les témoignages recueillis en entretien. La reconnaissance mutuelle, la bienveillance dans les commentaires et la modulation du ton favorisent une dynamique de soutien et d'identification, renforçant les liens communautaires.

Une large majorité des répondants décrivent ces espaces comme sécurisants, bienveillants et propices à une forme de libération de la parole, même silencieuse. La structure narrative privilégiée par ces comptes, ainsi que la modération des commentaires et la présence de trigger warnings, participent à une architecture de confiance, essentielle à une dynamique

d'appartenance communautaire. Ces dynamiques prolongent les logiques des groupes de conscience de la seconde vague féministe (Freeman, 1973), où les femmes partageaient leurs vécus pour déconstruire collectivement les oppressions. Dans leur version numérique, ces groupes prennent la forme d'espaces de publications et d'interactions dans lesquels les femmes peuvent se reconnaître mutuellement. La parole y est souvent plus libre précisément parce qu'elle émane de personnes non célèbres, perçues comme plus proches, plus sincères, moins normées par des codes communicationnels formels.

Le croisement entre le sentiment de sécurité perçu et la solidarité ressentie est également un facteur marquant de la confirmation de cette hypothèse : plus les répondants identifient un compte comme une safe place, plus ils disent s'y sentir inclus et soutenus. Ces espaces fonctionnent comme des communautés de pensée, où la solidarité se matérialise dans les témoignages partagés et la bienveillance reçue. Cette hypothèse ne se limite donc pas à une impression de confort : elle touche à la structure politique de l'espace numérique.

Troisièmement, l'hypothèse d'un empowerment induit par la dénonciation et la pédagogie est nuancée mais globalement confirmée. Si une majorité reconnaît un impact sur leur conscientisation, l'incitation à passer à l'action reste partielle. Ce décalage témoigne du caractère progressif de l'empowerment, qui commence souvent par une prise de conscience personnelle avant d'aboutir à une action plus concrète.

Les résultats montrent que la grande majorité des répondants considèrent ces comptes comme des bases d'empowerment. Ce processus se manifeste principalement par une prise de conscience, une meilleure compréhension des enjeux de genre, et une valorisation du vécu personnel comme ressource politique. L'utilisation massive de témoignages, de récits émotionnels et de messages de soutien permet aux abonnés de se sentir représentés, et par conséquent, renforce leur capacité à comprendre, nommer et remettre en question leur réalité.

Cependant, l'analyse souligne une nuance importante : cette montée en conscience ne débouche pas toujours sur une mobilisation personnelle et physique (aussi bien pour les abonnés que pour les créateurs des comptes). Seule une minorité des répondants affirment avoir été explicitement incités à agir. Cette nuance dans les formes de pouvoir mobilisées (Starhawk, 1982) révèle les limites d'un militantisme principalement numérique et émotionnel.

Cette hypothèse est donc confirmée dans sa première dimension (prise de conscience, motivation personnelle) mais doit être nuancée dans sa dimension active et physique. L'empowerment en ligne est un processus à étapes, souvent lent, qui nécessite des conditions favorables pour se traduire en mobilisation visible. Néanmoins, le potentiel transformateur de ces comptes est réel, notamment dans leur capacité à provoquer un déclic ou à légitimer une expérience longtemps passée sous silence.

Quatrièmement, la spécificité de ces comptes (ton, formats, proximité du créateur) semble également contribuer à l'efficacité de ces comptes en tant que safe places virtuelles ayant une capacité d'empowerment sur les femmes.

Cette hypothèse est confirmée par la convergence entre les perceptions des répondants et les éléments observés dans le corpus. Les comptes les plus efficaces sont ceux qui cultivent un ton empathique, direct, parfois humoristique ou réaliste, plus éloigné des postures institutionnelles. Le choix des formats (carrousels illustrés, reels dynamiques, stories interactives) favorise la lisibilité, l'identification, et la participation discrète (like, partage, réaction emoji).

Les entretiens menés soulignent que cette efficacité repose aussi sur une stratégie de modération consciente de la part des créateurs. Il ne s'agit pas simplement de diffuser un message, mais aussi de s'assurer de maintenir un lieu numérique avec des normes implicites d'écoute, de respect et d'échange. Cette stratégie narrative s'apparente à une pédagogie féministe au sens de Hooks (1994) : non hiérarchique, basée sur l'expérience vécue, inclusive dans le ton et les références.

Le succès de ces comptes ne réside pas uniquement dans leur contenu mais également dans la combinaison de plusieurs caractéristiques telles que la diffusion de témoignages, des visuels engageants et éducatifs, et une modération assurant une sécurité, qui créent un espace où la parole féminine peut circuler librement.

7. Limites et perspectives futures

Cette étude présente toutefois plusieurs limites dues à des contraintes de temps et de moyens. Tout d'abord, la diffusion du questionnaire via Instagram et Facebook a entraîné un biais de

recrutement, avec une surreprésentation de femmes belges francophones âgées de 16 à 25 ans. Ce biais générationnel et géographique réduit la possibilité de généraliser les résultats à l'ensemble de la population francophone.

De plus, l'effet de bulle algorithmique, tant dans les comptes analysés que dans la diffusion du questionnaire, limite la portée transversale des conclusions. Les répondants appartiennent majoritairement à des cercles partageant déjà un intérêt pour les thématiques féministes, ce qui crée un risque d'analyse en chambre d'écho.

Le corpus présente également un manque de diversité avec seules quatre créatrices sur les 15 comptes étudiés ayant accepté un entretien approfondi, ce qui ne reflète pas toute la variété des positionnements et stratégies existants. Par ailleurs, certaines limites techniques d'Instagram (accès restreint aux données sur le profil des abonnés, taux d'engagement réel, effets du shadowbanning) empêchent une analyse complète des dynamiques algorithmiques.

Malgré ces contraintes, ce travail apporte une compréhension approfondie du phénomène étudié et ouvre plusieurs pistes de recherche. Il serait tout d'abord intéressant, lors d'une recherche future, de comparer les dynamiques observées avec celles d'autres sphères linguistiques, afin de mieux cerner les spécificités culturelles du militantisme numérique. Ensuite, une approche longitudinale lors d'une recherche s'effectuant à plus long terme pourrait permettre de suivre l'évolution du sentiment d'empowerment dans le temps et d'évaluer la durabilité de ces effets. L'étude des mécanismes de résistance face aux violences numériques (harcèlement, désinformation, shadowbanning) offrirait également un éclairage nouveau sur la résilience des communautés militantes en ligne. De plus, une analyse approfondie de l'inclusivité réelle de ces espaces, notamment à travers la représentation des femmes racisées, queer ou trans, permettrait de mesurer la portée intersectionnelle de ces safe places. Enfin, explorer la réception de ces comptes par le public masculin constituerait une voie encore peu étudiée, utile pour comprendre les freins, malentendus et possibilités de dialogue intergenre sur Instagram.

8. Conclusion

Cette recherche avait pour objectif de comprendre comment l'émergence de comptes francophones sur Instagram, créés par des personnes sans notoriété préalable, contribue à la

création de safe places virtuelles pour les femmes et favorise un sentiment de solidarité et d'empowerment. Les résultats obtenus, croisés avec le cadre théorique mobilisé, permettent de confirmer que ces espaces numériques constituent aujourd'hui des outils significatifs de mobilisation féministe, tout en révélant certaines limites structurelles.

Tout d'abord, les comptes étudiés s'inscrivent pleinement dans la dynamique d'un féminisme numérique de quatrième vague (Bertrand, 2018 ; Keller, 2011), caractérisé par un militantisme décentralisé, horizontal et incarné dans l'expérience vécue. Ce « féminisme vernaculaire » transforme les récits personnels en discours politiques et privilégie des formats visuels et narratifs adaptés aux codes d'Instagram (carrousels, témoignages, infographies). En cela, il prolonge les analyses de Mendes, Ringrose et Keller (2019) sur l'hybridation militante, où le privé sert directement la cause publique. La posture volontairement informelle et l'usage d'un langage accessible permettent une identification personnelle, facilitant l'adhésion émotionnelle et la diffusion des messages au-delà des cercles militants traditionnels.

Les données montrent que ces comptes remplissent une fonction claire de safe places virtuelles. Les répondants au questionnaire ainsi que les créatrices de comptes interviewées soutiennent offrir un cadre d'expression où les femmes se sentent connectées et soutenues. Ces résultats rejoignent la logique des « groupes de conscience » de la deuxième vague (Freeman, 1973), transposés dans l'espace numérique par la mise en commun des vécus et la reconnaissance mutuelle, y construisant de cette façon une architecture de confiance. Les pratiques de modération, l'usage de trigger warnings et la valorisation de la parole personnelle renforcent cette sécurité. Toutefois, ces espaces restent soumis aux contraintes algorithmiques d'Instagram, ce qui limite leur portée hors de leur communauté initiale et peut renforcer un entre-soi idéologique, comme l'a montré Fraser (1990) dans son analyse des contre-publics subalternes.

Le sentiment de solidarité constitue un autre axe fort des résultats où les répondants aux questionnaires, les personnes commentant les publications de ces comptes et les créatrices de ces contenus s'accordent également pour affirmer ressentir ou connaître chez un proche une certaine solidarité et un soutien considérable. Ce lien affectif témoigne d'un « power with » (Starhawk, 1982), un pouvoir collectif basé sur la coopération, la reconnaissance et le soutien

mutuel. Les commentaires analysés illustrent cette dynamique par des remerciements, partages d'expériences, réactions bienveillantes, etc. L'absence de hiérarchie et l'accessibilité émotionnelle rendent ces espaces plus ouverts que certaines structures militantes formelles, permettant à chacun de participer à son rythme, que ce soit activement ou par une présence silencieuse.

L'empowerment ressort également comme une dimension centrale avec une reconnaissance générale du fait que ces comptes encouragent les femmes à s'exprimer et à se défendre face aux injustices sexistes. Toutefois, peu de personnes déclarent avoir été personnellement incitées à agir et ce décalage confirme que l'empowerment est un processus progressif, qui commence souvent par la prise de conscience critique collective (power with) , le développement de l'estime de soi (power within) et l'acquisition de connaissances (power to) (Calvès, 2009 ; Bacqué & Biewener, 2013 ; Starhawk, 1982), avant de se traduire en mobilisation concrète pour dépasser le « power over » des hommes sur les femmes. Les témoignages recueillis montrent que certains contenus peuvent provoquer un « déclic » conduisant à des choix personnels marginaux mais significatifs, et que des petits actes de reconnaissance peuvent mener à un engagement militant plus poussé.

Les spécificités de ces créateurs de contenu jouent un rôle déterminant dans cette efficacité. Leur absence de notoriété préalable semble renforcer leur authenticité et leur proximité. Cette caractéristique rejoint la notion d'agentivité numérique développée par Hockin-Boyers et al. (2021), où des individus ordinaires deviennent des acteurs politiques en s'auto-instituant comme sources d'information et de mobilisation. Les répondants soulignent l'importance de leur ton direct, empathique et parfois humoristique, ainsi que des formats interactifs qui encouragent la participation. Néanmoins, ces acteurs restent vulnérables face aux logiques commerciales et discriminantes des plateformes (Gillespie, 2018), telles que le shadowbanning ou la suppression arbitraire de contenus féministes.

Ces résultats permettent donc de répondre à la question de recherche de départ. Ces comptes Instagram créés par des personnes sans notoriété préalable semblent effectivement contribuer à la création de safe places virtuelles pour les femmes, et favoriser un sentiment de solidarité et, dans une certaine mesure, d'empowerment. Ils y parviennent grâce à une combinaison

d'éléments tels que l'authenticité des créateurs, des formats pédagogiques accessibles, un ton inclusif, et une modération qui sécurise la prise de parole. Leur impact réside moins dans la mobilisation de masse que dans la construction de communautés de soutien et de conscientisation, capables d'initier des changements individuels et, potentiellement, collectifs.

Cependant, des tensions subsistent. La portée de ces espaces reste conditionnée par les algorithmes et par leur tendance à toucher principalement un public déjà sensibilisé. L'empowerment observé est majoritairement subjectif et émotionnel et ne se traduit pas systématiquement en action militante tangible. Ces limites n'annulent pas leur valeur, mais invitent à penser ces safe places comme des étapes dans un parcours militant plus large, où l'espace numérique agit comme un catalyseur plutôt que comme une fin en soi.

En définitive, ces comptes incarnent une forme de militantisme qui complète les structures féministes traditionnelles, en démocratisant la parole et en rendant visible une diversité de vécus féminins. Ils montrent que l'ordinaire peut devenir politique, et que, dans un environnement numérique hostile, il est possible de créer des refuges virtuels où la parole se libère, la solidarité se tisse, et l'empowerment s'initie. Leur force tient à cette capacité à se servir d'outils numériques permettant proximité, pédagogie et engagement, tout en affrontant les contraintes structurelles du web social.

9. Bibliographie

- Amsellem, R., & Salas, D. (2019). Un hashtag peut-il faire justice?. *Cahiers français*, 410(3), 99-107.
- Bacqué, M. H., & Biewener, C. (2013). L'empowerment, un nouveau vocabulaire pour parler de participation 1?. *Idées économiques et sociales*, (3), 25-32.
- Banet-Weiser, S. (2018). *Empowered: Popular feminism and popular misogyny*. Duke University Press.
- Baril, A. (2007). De la construction du genre à la construction du «sexe»: les thèses féministes postmodernes dans l'oeuvre de Judith Butler 1. *Recherches féministes*, 20(2), 61-90.
- Barzilai-Nahon, K. (2009). Gatekeeping: A critical review. *Annual Review of Information Science and Technology*, 43(1), 1-79. <https://doi.org/10.1002/aris.2009.1440430113>
- Batliwala, S. (1993). Empowerment of women in South Asia: concepts and practices.

- Bennett, W. L., & Segerberg, A. (2012). The logic of connective action: Digital media and the personalization of contentious politics. *Information, Communication & Society*, 15(5), 739–768. <https://doi.org/10.1080/1369118X.2012.670661>
- Bertrand, D. (2018). L'essor du féminisme en ligne: Symptôme de l'émergence d'une quatrième vague féministe? *Réseaux*, 208-209, 232-257.
- Blandin, C. (2017). Présentation: Le web: de nouvelles pratiques militantes dans l'histoire du féminisme?. *Réseaux*, (1), 9-17.
- Boler, M. (Ed.). (2008). *Digital media and democracy: Tactics in hard times*. Mit Press.
- Bucher, T. (2012). Want to be on the top? Algorithmic power and the threat of invisibility on Facebook. *New Media & Society*, 14(7), 1164–1180. <https://doi.org/10.1177/1461444812440159>
- Butler, J. (1997). *Excitable Speech: A Politics of the Performative*. Routledge.
- Calvès, A. E. (2009). «Empowerment»: généalogie d'un concept clé du discours contemporain sur le développement. *Revue Tiers Monde*, (4), 735-749.
- Cefaï, D. (1996). La construction des problèmes publics. Définitions de situations dans des arènes publiques. *Réseaux. Communication-Technologie-Société*, 14(75), 43-66.
- Christensen, H. S. (2011). *Political activities on the Internet: slacktivism or political participation by other means? First Monday*, 16(2). <https://doi.org/10.5210/fm.v16i2.3336>
- Clark-Parsons, R. (2018). Building a digital Girl Army: The cultivation of feminist safe spaces online. *New Media & Society*, 20(6), 2125-2144.
- Dagorn, J. (2011). Les trois vagues féministes—une construction sociale ancrée dans une histoire. *Diversité: ville école intégration*.
- Fraser, N. (1990). Rethinking the public sphere: A contribution to the critique of actually existing democracy. *Social Text*, (25/26), 56–80. <https://doi.org/10.2307/466240>
- Gadotti, M., & Torres, C. A. (2009). Paulo Freire: education for development. *Development and change*, 40(6), 1255-1267.
- Gill, R., & Orgad, S. (2018). The amazing bounce-backable woman: Resilience and the psychological turn in neoliberalism. *Sociological research online*, 23(2), 477-495.
- Gillespie, T. (2018). *Custodians of the Internet: Platforms, content moderation, and the hidden decisions that shape social media*. Yale University Press.
- Guétat-Bernard, H. & Lapeyre, N. (2017). Les pratiques contemporaines de l'empowerment: Pour une analyse des interactions entre pratiques et théories, individu·e·s et collectifs. *Cahiers du Genre*, 63, 5-22. <https://doi.org/10.3917/cdge.063.0005>

- Heilaud, A. (2021). Aurore Koechlin: La révolution féministe 1. *Nouvelles questions féministes*, 40(1), 209-212.
- Hockin-Boyers, H., Pope, S., & Jamie, K. (2021). Digital pruning: Agency and social media use as a personal political project among female weightlifters in recovery from eating disorders. *New Media & Society*, 23(9), 2872–2891. <https://doi.org/10.1177/1461444820926503>
- Hooks, B. (2014). *Teaching to transgress*. Routledge.
- Hull, G. (2003). Thoughts on the Fetishization of Cyberspeech and the Turn from 'Public' to 'Private' Law. *Constellations*, 10(1), 113-134. <https://doi.org/10.1111/1467-8675.00316>
- IHOES. (2014, 12 décembre). Coup d'œil sur l'émancipation des femmes en Belgique au cours des Trente Glorieuses. *ANALYSE DE L'IHOES*, 137. https://www.ihoes.be/PDF/IHOES_Analyse137.pdf
- Jane, E. A. (2016). Misogyny online: A short (and brutish) history.
- Keller, J. M. (2011). *Girls' blogging communities, feminist activism, and participatory politics*. *Information, Communication & Society*, 15(3), 429–447. <https://doi.org/10.1080/1369118X.2011.642890>
- Lamoureux, D. (2006). Y a-t-il une troisième vague féministe?. *Cahiers du genre, Ed. Association Féminin Masculin Recherches*, 1(3), 57-74. <https://doi.org/10.3917/cdge.hs01.0057>
- Lamy, S. (2020). Violences en ligne : un outil de domination politique. Dans N. Dorlin (Dir.), *La politique des violences. Perspectives féministes sur le pouvoir* (pp. 93–112). La Découverte.
- Leurs, K. (2022). Resilience and Digital Inclusion: The Digital Re-making of Vulnerability?. In *Vulnerable People and Digital Inclusion: Theoretical and Applied Perspectives* (pp. 27-46). Cham: Springer International Publishing.
- Lewis, R., Sharp, E., Remnant, J., & Redpath, R. (2015). 'Safe spaces': experiences of feminist women-only space. *Sociological Research Online*, 20(4), 105-118.
- Lorde, A. (2012). *Sister outsider: Essays and speeches*. Crossing Press.
- Mendes, K., Ringrose, J., & Keller, J. (2019). *Digital Feminist Activism: Girls and Women Fight Back Against Rape Culture*. Oxford University Press.
- Michel, C. (2022). Sur les réseaux sociaux, un féminisme qui prend corps?. *Dossiers Cairn*, (8), 1-1.
- Morley, C., & Kuntz, P. (2019). Empowerment des femmes par les technologies numériques: pouvoir avec, pouvoir pour et pouvoir intérieur. *Terminal. Technologie de l'information, culture & société*, (125-126).

- Paasonen, S., Jarrett, K., & Light, B. (2024). *NSFW: Sex, humor, and risk in social media*. Mit Press.
- Paillé, C. (2020). L'émergence en ligne des espaces de contre-pouvoir. Dans *academia.edu* [Conférencière]. Cours COM2570 Médias, Sexe et Genre, Département de Communication, Université de Montréal, Montréal, Québec, Canada.
https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/65000084/PAILLE_C.2020.Les_espaces_de_contre_pouvoirs_socionumeriques-libre.pdf?1606014958=&response-content-disposition=inline%3B+filename%3DLes_espaces_de_contre_pouvoir_sur_les_re.pdf&Expires=1716386275&Signature=W-oYku2ljvYlJi8Shjt9V7awffzV4lkVXpmYdiRfh1RVxF~vUHwSbbsw-DuVbXDBi8~26ESgDijDNPCHfLXSOfcloDnSD-qFdTjLYS1m~5B5l4lOb1An2uTqBTpXYs1ubf7mLzfoPyfcYFZb-1fNFOILEKozrrsh~cG420Oiu4Xyhtq040LhEraOVAAtUdXIYaZ-3yXPkE1Xu~LdRNXqgbIqOYcdL6TM9JFNYJ8OUYn7H5xo7n32IyAHK3quKjXD1ah7rFwSBBv1TXHfZWvHciNB24RGVKk3h-bGJNMLU~62vTDLFSK97kABVKPpvsjRKNt-V2uNaYUll6qG3VxL6xA_&Key-Pair-Id=APKAJLOHF5GGSLRBV4ZA
- Papacharissi, Z. (2002). The virtual sphere: The internet as a public sphere. *New Media & Society*, 4(1), 9–27. <https://doi.org/10.1177/14614440222226244>
- Papacharissi, Z. (2010). *A Private Sphere: Democracy in a Digital Age*. Polity
- Publications Office of the European Union. (2018). *Les femmes à l'ère numérique : résumé exécutif*. Publications Office Of The EU. <https://op.europa.eu/fr/publication-detail/-/publication/84bd6dea-2351-11e8-ac73-01aa75ed71a1>
- Risam, R. (2015). Toxic Femininity 4.0.
- Rubin, J. D. (2016). # Gendertrolling: A (New) Virtual Iteration of Everyday Misogyny: Gendertrolling: How Misogyny Went Viral. Karla Mantilla. Santa Barbara, Praeger Press, 2015. 268 pp. \$48.00 (hardcover) ISBN: 978-1-4408-3317-5.
- Suzor, N. (2019). *Lawless: The secret rules that govern our digital lives*. Cambridge University Press.
- Tufekci, Z. (2017). *Twitter and tear gas: The power and fragility of networked protest*. Yale University Press.
- Vallet-Armellino, M. (2017). Le sujet en lieu sûr. *Nouvelle revue de psychosociologie*, 24(2), 67-79.

- Waldispuehl, E. (2019). Les pratiques de non-mixité des communautés féministes en ligne à l'ère des espaces semi-privés. *Recherches féministes*, 32(2), 149-166.
- Weil, A. (2017). Vers un militantisme virtuel? Pratiques et engagement féministe sur Internet 1. *Nouvelles questions féministes*, 36(2), 66-84.

10. Annexes

10.1. Corpus de données

Feuille 1

Corpus de comptes Instagram

Feuille 2

Corpus de comptes Instagram

10.2. Guide et retranscriptions d'entretiens

10.2.1. GUIDE D'ENTRETIEN

Introduction

Bonjour et merci d'avoir accepté cet échange.

Je réalise un mémoire sur les comptes Instagram féministes francophones gérés par des personnes sans notoriété préalable et qui ne représentent pas une organisation. Mon objectif est de mieux comprendre le rôle que peuvent jouer ces comptes dans la création de safe places en ligne, et comment ils participent à l'empowerment des femmes.

L'entretien est anonyme, et vous êtes libre de ne pas répondre à certaines questions si vous le souhaitez. Est-ce que je peux enregistrer l'entretien à des fins de retranscription (non diffusé) ?

I. Le compte et ses motivations

1. Pouvez-vous me raconter comment et pourquoi vous avez décidé de créer ce compte ?
2. Aviez-vous une volonté militante dès le début ou cela s'est-il construit progressivement ?
3. Vous considérez-vous comme une personne engagée ou militante ?
4. Quelle relation entretenez-vous avec votre communauté ?

II. L'accessibilité, la proximité et la non-notoriété

5. Pensez-vous que le fait de ne pas être une célébrité ou une figure médiatique a un impact sur la façon dont votre contenu est reçu ?
6. Est-ce que vous avez l'impression que cette "proximité" joue un rôle dans la confiance que votre communauté vous accorde ?

7. Comment décririez-vous votre position : plutôt éducative, solidaire, dénonciatrice... autre ?

III. Contenus et stratégies

8. Quels types de contenus vous publiez le plus souvent (témoignages, posts informatifs, humour, réactions à l'actualité, etc.) ?
9. Est-ce que certains types de contenus suscitent plus d'interaction ou d'émotion ?
10. Utilisez-vous certaines stratégies intentionnelles pour créer un climat de sécurité (ex. : trigger warnings, modération, chartes, etc.) ?
11. Comment gérez-vous les interactions en commentaire ou en messages privés ? Avez-vous déjà été confronté·e à du backlash ou du harcèlement ?
12. Travaillez-vous avec d'autres comptes ou collectifs ? Pourquoi ?

IV. Safe place et empowerment

13. Pensez-vous que votre compte joue le rôle de safe place pour certaines personnes ? Si oui, comment cela se manifeste ?
14. Recevez-vous des retours qui vont dans ce sens (sentiment d'écoute, identification, soulagement, etc.) ?
15. Selon vous, en quoi un compte Instagram peut-il contribuer à l'empowerment des femmes ?
16. Avez-vous déjà constaté que des personnes prenaient la parole, s'impliquaient davantage ou évoluaient grâce à vos publications ?

V. Instagram, militantisme et limites

17. Que pensez-vous du militantisme en ligne, et en particulier sur Instagram
18. Quels sont les avantages ou les freins à votre engagement via cette plateforme ?
19. Est-ce que vous vous sentez limité·e par les algorithmes ou les règles d'Instagram ?
20. Est-ce que vous avez des projets au-delà d'Instagram pour continuer ou renforcer votre engagement ?

Conclusion

21. Y a-t-il autre chose que vous aimeriez ajouter sur votre rôle, votre expérience ou votre vision du féminisme en ligne ?
22. Accepteriez-vous d'être recontactée si j'ai besoin d'une précision ?

10.2.2. RETRANSCRIPTIONS

Transcrit par [TurboScribe.ai](https://turbo.scribe.ai) et vérifié

@taspensea

Aria

Pour vous remettre un petit peu en contexte, je suis une étudiante en communication à l'Université Catholique de Louvain-la-Neuve, et je fais mon mémoire sur les comptes Instagram féministes de personnes sans notoriété préalable, donc pas des grandes stars qui éventuellement parleraient de féminisme, et pas d'associations établies, donc pas des organisations reconnues. Et j'aimerais bien savoir leur impact sur leur création de safe place pour les femmes, et sur leur capacité à avoir de l'empowerment sur les femmes. Comme précisé dans mon mail, l'entretien est anonyme, je ne citerai pas de nom, je ne citerai pas d'où viennent mes données, etc. Et si jamais il y a des questions auxquelles vous ne voulez pas répondre, c'est tout à fait possible aussi, et je comprendrai. Je ne sais pas si vous avez des questions supplémentaires ou si nous pouvons commencer ?

T'as pensé à

Non, c'est très clair.

Aria

Ok, la première question que je me posais, c'est que j'ai vu que vous étiez à la base une blogueuse, mais que maintenant sur votre compte Instagram, et même dans votre signature de mail, il est mis « association ». Donc j'aimerais bien savoir si c'est votre compte qui a évolué ou si ça a toujours été une association reconnue.

T'as pensé à

Alors non, ça a beaucoup évolué. D'ailleurs, la créatrice du compte à l'origine, elle est blogueuse, oui, elle est enseignante aussi, il me semble. Moi, ce n'est pas moi qui ai créé le compte. Je l'ai rejoint, en fait, en gros, pour te redire un peu l'historique : la personne qui a créé le compte, elle l'a créé en 2018, il me semble. Et ensuite, elle a décidé d'arrêter cette activité. Donc en fait, le compte est devenu un collectif. Elle a recruté des personnes en 2020. Moi, j'ai rejoint le compte vers 2021, lors de sa deuxième vague de recrutement du compte. Et, j'en fais partie depuis et on l'a transformé en association en 2023. Enfin, on l'a transformé, le compte est toujours le compte. En tout cas, on a créé une association autour de ce compte Instagram en 2023 pour pouvoir avoir une existence aussi de personnes morales, d'avoir plus de possibilités d'action, etc.

Aria

Ok, et du coup, est-ce que la volonté à la base du compte, c'était vraiment une volonté militante ou bien ça aussi, ça s'est construit progressivement ?

T'as pensé à

A lors de ce que je peux te dire, dès l'origine, ça a toujours eu une volonté militante. Donc de faire entendre la voix des femmes sur ce sujet de la charge mentale et de leur donner justement un espace d'expression pour rendre visible ces témoignages-là.

Aria

Et du coup, le recrutement de personnes maintenant, vu que vous êtes plusieurs à gérer le compte, ça s'est fait sur base de quels critères ?

T'as pensé à

Sur la base du volontariat, on recrute... Voilà, maintenant, on a des personnes qui sont membres de l'association mais qui ne participent pas aux activités du compte et on a des membres de l'association qui participent aux activités du compte, donc à la création de contenu, etc.

Aria

Et vous avez que des femmes ou vous autorisez aussi des hommes à rejoindre ce sujet qui est quand même très ciblé sur les femmes ?

T'as pensé à

Alors, dans l'association, on a des hommes, mais pour tout ce qui est traitement du compte Instagram et traitement des témoignages qu'on publie, etc., on n'a que des femmes. Pour un souci, les femmes qui nous confient leur témoignage, aussi, c'est sur une base de confiance, donc on ne veut pas que... Je pense qu'il y a beaucoup de personnes qui ne seraient pas très à l'aise de savoir que des hommes lisent leur témoignage, par exemple. Donc, ça, on privilégie les femmes.

Aria

Et est-ce que vous pensez, justement, que du coup, le fait de ne pas être une célébrité ou une figure médiatique importante, ça peut avoir un impact sur la façon dont votre contenu est perçu ?

T'as pensé à

C'est une bonne question. Je pense que oui, parce qu'en fait, je pense que notre contenu, il est perçu aussi comme assez authentique par notre communauté. Je ne sais pas si ce serait le cas si c'était une personne... Peut-être que si c'était une personne déjà reconnue, il y aurait peut-être un peu plus une perception de soupçon sur l'authenticité des témoignages. D'ailleurs, c'est quelque chose que certaines personnes... En fait, certaines

personnes... Quand on a, par exemple, des entreprises qui nous contactent pour collaborer sur des événements ou des choses comme ça, j'ai eu plusieurs fois la question de « Est-ce que c'est des vrais témoignages que vous publiez ? » Et en fait, ce qui me surprend toujours un peu, parce que je n'ai jamais eu cette question de la part d'abonnés ou de la part de personnes lambda, de personnes comme toi et moi, quoi, qui découvrent le compte comme ça, qui, en fait, ne doutent pas un seul instant de la véracité des témoignages. En revanche, des personnes un peu plus du milieu pro, demandent toujours si c'est... Même parfois si on paye pour les témoignages ou des choses comme ça, tu vois.

Aria

OK. Et est-ce que, du coup, vous pensez qu'avec votre communauté, vraiment à vous, sur le compte, vous avez vraiment une relation de proximité ou la plupart des gens restent quand même assez discrets et que les abonnés ne réagissent pas spécialement aussi bien sous les posts qu'en privé ?

T'as pensé à

Je pense qu'il y a de tout, parce que... Une relation de proximité, oui, parce que je pense que, du coup, comme on parle de ces sujets très intimes, je pense qu'il y a une relation de proximité qui s'établit nécessairement parce que les personnes se sentent aussi... Il y a énormément de femmes qui nous écrivent pour dire qu'elles se sentent... Qu'elles s'identifient beaucoup aux postes. Donc ça, oui.

Et puis aussi... Et on a beaucoup de messages de femmes qui nous écrivent pour nous dire que, grâce au compte, elles se sentent non seules, elles se sentent reconnues, elles se sentent écoutées, etc., même si elles n'ont jamais été connues. Donc c'est... Oui. Après, je pense que, comme un peu partout, on a quand même une majorité silencieuse dans la communauté de personnes, mais on a beaucoup de communication avec nos abonnés, que ce soit par message ou des participations en story, en commentaire sur le post, etc.

Aria

Et est-ce que vous pensez que c'est ça aussi qui instaure un climat de confiance parmi vos abonnés ? Justement le fait d'être proche et d'être assez ouvert sur le sujet, que c'est ça qui pousse les gens à se confier sur des sujets qui ne sont pas forcément toujours faciles à évoquer.

T'as pensé à

Oui, je pense, oui. Et puis le fait de préserver l'anonymat des personnes qui témoignent aussi. Mais oui, justement, je pense que cette authenticité, le fait que nous, on a toujours tous les témoignages qu'on poste,

c'est des témoignages qui nous ont été envoyés. Je pense que oui, c'est cette authenticité dans les témoignages, c'est ça qui fait aussi que les personnes le voient, le perçoivent et puis sont peu réticentes à venir l'écrire.

Aria

Est-ce que vous avez déjà remarqué que certains types de contenus suscitaient éventuellement plus d'interactions que d'autres ? Certains types de contenus ou sujets, par exemple ?

T'as pensé à

Oui, oui. Les sujets, par exemple, il y a certains sujets qui sont soit un peu plus polémiques que les autres, soit qui sont en fait les témoignages qui suscitent le plus d'interactions, c'est soit les témoignages là, on l'a vu il n'y a pas très longtemps, par exemple, avec un post qu'on a fait sur les mères célibataires qui a suscité vraiment beaucoup de réactions, etc., parce que c'était un des premiers qu'on faisait spécifiquement sur ce sujet. Ce n'est pas le premier témoignage de mère célibataire du tout, mais c'est le premier où on explicitait un peu plus le sujet. Et sinon, les posts qui donnent le plus de réactions, c'est ceux où il y a un espèce de choc ou de sentiment d'exaspération qui est généré sur le témoignage, par exemple « Mais comment il a pu faire ça ? ». Enfin voilà, tu vois un peu sûrement de quoi il peut s'agir, mais les témoignages un peu chocs comme ça où on se dit « non mais c'est pas possible », cela suscite beaucoup de réactions.

Aria

Et est-ce que justement pour ça, pour garder un climat de sécurité dans les gens qui commentent, ou même pour les gens qui découvrent votre compte, est-ce que vous avez des stratégies un peu intentionnelles dans le sens où parfois on voit des trigger warnings ou bien une modération qui est claire en bannissant certains mots ou d'autres choses comme ça ?

T'as pensé à

Alors des trigger warnings oui, on essaie de faire aussi de temps en temps des appels à la bienveillance sur les posts. Après, de la modération, c'est assez compliqué de mettre en place une modération aussi rigoureuse qu'on voudrait on va dire, parce qu'il y a vraiment beaucoup de commentaires et on n'est pas suffisamment pour bien le faire.

Mais c'est vrai que bannir des mots c'est un truc auquel je pense, je ne sais pas exactement quoi bannir, c'est pour ça que je ne l'ai pas encore mis en place, parce qu'en fait nous les commentaires qui sont entre guillemets problématiques, c'est souvent à part les commentaires qui sont explicitement haineux, sexistes etc., ceux-là on les repère assez facilement et on arrive à restreindre les personnes, mais il y a beaucoup de commentaires

où c'est assez subtil, c'est des commentaires pas bienveillants, mais c'est ceux qui sont le plus difficile à modérer.

Aria

Est-ce que vous en avez souvent ou est-ce que la majorité des commentaires est quand même bienveillant ?

T'as pensé à

On en a quand même souvent, je pense que la majorité des commentaires c'est des commentaires bienveillants ou des commentaires qui racontent l'expérience des personnes qui, voilà, racontent leur propre expérience. On en a quand même, ça dépend un peu, en fait il y a souvent des commentaires pas très bienveillants, c'est ceux qui sont plus en mode « ah mais quittez-les » ou « je ne comprends pas pourquoi vous acceptez ça ». Ce sont des choses qui sont un peu directives, pas très subtiles et puis pas très constructives.

Aria

J'imagine que ça doit être compliqué à répondre, mais est-ce que vous avez déjà pensé à faire un genre de profil type de personne qui commentait de façon un peu plus malveillante ou moins subtile ? De savoir si c'est une tranche d'âge en particulier, un genre en particulier, ou pas ?

T'as pensé à

On a déjà pensé, mais en fait c'est pas du tout simple à profiler, parce que la plupart du temps, la grande majorité des personnes qui commentent sous nos postes sont des femmes, comme l'immense majorité de notre communauté sont des femmes. Les commentaires malveillants, parfois c'est des hommes, mais c'est des hommes, souvent, qui soit ne suivent pas notre compte, soit suivent notre compte juste pour être malveillants. Ceux-là, c'est comme ça. C'est soit nous on les repère nous-mêmes, soit notre communauté en général leur répond très très bien. Donc en général je ne considère pas ces comptes-là comme vraiment un problème. Ceux qui sont plus difficiles à gérer et surtout à identifier, c'est tous les comptes de femmes qui vont peut-être être un peu malveillants, pas forcément intentionnellement, c'est aussi ça la difficulté, mais qui vont être dans des injonctions un peu « quitte-le, je ne supporterai pas ça, c'est pour ça que je suis célibataire depuis X temps », ... C'est pas mal de dire ça en soi, donc c'est un peu compliqué de restreindre les comptes. C'est des profils assez variés finalement, de femmes de tous âges qu'on trouve sur Instagram. C'est beaucoup plus subtil sur cette question-là.

Aria

Est-ce que vous avez déjà été confronté dans l'extrême à du harcèlement ou à des clashes où vous vous êtes remis en question aussi sur votre compte ?

T'as pensé à

Alors moi non. Dans le passé, le collectif y a été confronté. Le collectif y a été confronté avant que j'en fasse partie. Depuis que j'en fais partie, on n'a pas été confronté avec des grosses vagues de harcèlement, juste des trolls comme le « normal ». Mais pas en vague, pas en masse. Non, on n'a pas été confronté.

Aria

Est-ce que vous pensez que votre compte joue un rôle clé dans la création de safe places pour les femmes où elles se sentent en sécurité ? Parfois, juste en vous envoyant leur témoignage pour qu'il soit posté en anonyme, mais aussi peut-être en venant vous parler en privé, se confier, etc. Comment est-ce que ça se manifeste ?

T'as pensé à

Je pense que ça joue un rôle, oui, parce qu'en termes de comptes de recueil de témoignages sur ce thème-là, on est le principal en France du coup. Donc je pense que dans ce sens-là, oui, c'est un peu l'espace privilégié pour les femmes pour confier ce genre de témoignages. Pour moi, ça se manifeste dans les messages qu'on reçoit. Alors déjà dans le nombre de témoignages qu'on reçoit, on en reçoit énormément, beaucoup plus que ce qu'on peut publier. Ça, c'est déjà pour moi un signe qu'il y a un besoin d'en parler, il y a un besoin de se confier. Ça, c'est le premier point.

Le deuxième point, c'est aussi par les messages qu'on reçoit de femmes, comme je vous l'ai dit tout à l'heure, qui nous disent « Merci pour votre compte, ça me fait me sentir moins seule. » Que la personne ait témoigné ou pas, par le passé, d'ailleurs. Ces messages-là, c'est ce qu'ils font réaliser, qu'il y a un besoin de s'exprimer autour de ça et un besoin de, pas seulement de s'exprimer, mais de lire les témoignages des autres et de voir qu'on n'est pas seule dans cette situation.

Aria

Donc, là, vous dites que vous recevez beaucoup plus de témoignages que ce que vous ne pouvez poster. Comment faites-vous le choix de ce que vous postez ou non ?

T'as pensé à

Alors, on choisit en général en fonction des thèmes qui ont déjà été abordés ou pas. Évidemment, on réaborde des thèmes souvent, mais on essaie de voir s'il y a un truc qui change, ça dépend aussi un peu des périodes.

On va faire souvent, pour les fêtes de fin d'année, des témoignages spéciaux là-dessus, spécialement sur les vacances, etc. Sinon, on essaie de varier un peu les thèmes et puis d'essayer de varier un peu les contextes pour voir si, même si les thèmes se répètent, de voir... d'introduire à chaque fois peut-être un peu de variété. Voilà.

Aria

Vous n'avez jamais eu de plainte de personnes qui vous ont envoyé un témoignage et qui ne l'ont pas vu poster et qui se sont senties frustrées ?

T'as pensé à

On a déjà eu des messages, très peu, mais on a déjà eu des messages de personnes qui nous disent quand est-ce que mon témoignage sera publié, vous m'avez déjà envoyé mon témoignage deux fois, est-ce qu'il sera publié, etc. En général, les personnes sont quand même compréhensives quand on explique que, vu la masse de ce qu'on reçoit, tout ne sera pas publié. Mais si les personnes y tiennent, par exemple, on va essayer d'aller regarder quel est leur témoignage, etc.

Aria

Et est-ce que, selon vous, un compte Instagram peut être utile à l'empowerment des femmes ? C'est-à-dire de, un, les éduquer sur le sujet parce qu'on sait que tout le monde n'est pas spécialement éduqué sur ce sujet-là, et donc leur donner les capacités aussi bien intellectuelles que peut-être physiques de, elles-mêmes, par exemple, vivre une situation qui n'est pas normale et de la quitter. Et après, d'agir justement par rapport à ça. Ou est-ce qu'un compte Instagram, pour vous, ça reste trop peu ?

T'as pensé à

Je pense qu'en termes d'éducation déjà et donc d'empowerment, on va dire, sur les connaissances, l'éducation, etc., je pense que ça peut tout à fait être un outil d'empowerment, très clairement.

Après, alors, pour ce qui est du passage à l'action, par exemple, pour quitter une situation, etc., je pense que parfois ça peut suffire, je pense que parfois, pas forcément, parce que c'est... En fait, je pense que c'est pour ça aussi que c'est essentiel d'avoir toutes les, par exemple, les lignes d'écoute ou des choses où il y a une relation interpersonnelle un peu plus visible, on va dire, un peu moins abstraite que sur un compte Instagram. Parce que je pense qu'il y a des personnes qui ont besoin de même si elles reconnaissent une situation potentiellement problématique, elles ont peut-être besoin aussi de l'analyser davantage avec des personnes

qui peuvent le faire de manière un peu plus proche. Mais je pense que c'est en tout cas un énorme outil de sensibilisation.

Et puis, même auprès des hommes, même si c'est pas du tout la majeure partie de notre communauté, on est quand même suivi par un certain nombre d'hommes. Et donc, voilà, pour les prises de conscience et puis aussi l'éducation de soi-même, de son conjoint, de ses proches, c'est quand même un outil très puissant et intéressant.

Aria

Est-ce que ça, du coup, vous avez déjà remarqué que certains hommes vous avaient envoyé des messages pour dire qu'ils avaient compris certaines choses grâce à votre compte, etc., ou bien la majorité des hommes, du coup, restent silencieux ? Parce que je sais que parfois, certains ne se sentent pas légitimes justement de s'exprimer sur des sujets parce qu'ils ne se sentent pas concernés. Mais est-ce que vous pensez qu'un compte comme ça peut aider aussi les hommes à ça ?

T'as pensé à

Oui, je pense. On a reçu déjà des messages. Je pense que les hommes qui nous suivent ne commentent pas ou très peu sous nos postes. Ce que je comprends tout à fait, parce que je pense qu'ils s'exposent à des réactions soit des réactions très bienveillantes, soit des réactions au contraire très peu bienveillantes. Donc ça, je le comprends tout à fait.

On a eu d'ailleurs un peu plus de messages d'hommes récemment. On a publié il y a un mois ou deux un témoignage d'hommes, explicitement d'homme pour la première fois. Et suite à ça, on a eu des messages d'hommes qui nous ont dit justement « Moi, j'ai déjà témoigné, et on ne savait juste pas que c'était des hommes. » Donc maintenant, on leur demande de préciser. Et on a reçu plusieurs fois, oui, des témoignages d'hommes dans le formulaire des témoignages depuis, et même aussi des messages. En général, les messages d'hommes sont beaucoup plus détaillés qu'en tout cas les messages d'hommes qui nous suivent ou qui veulent dire un truc intéressant. Ils sont beaucoup plus longs et détaillés que les messages de femmes. Je pense par souci justement de ne pas prendre un espace qui n'est pas leur ou que leur démarche ne soit pas perçue comme déplacée. Donc oui, ça nous arrive de temps en temps. Pas tous les jours, mais de temps en temps.

Aria

Et justement, du coup, par rapport à Instagram vraiment en tant que tel, est-ce que vous pensez que pour votre compte, il y a des avantages ou des freins à l'engagement que vous recevez dessus ?

T'as pensé à

Alors un gros frein, c'est l'âge des personnes qui sont sur Instagram. C'est-à-dire que ça ne permet pas vraiment de toucher des personnes plus âgées. Mais ça, c'est un peu la limite des réseaux sociaux en général. Après, maintenant, les plus jeunes générations se tournent plutôt vers d'autres réseaux. Donc ça, c'est un frein, c'est clair. C'est quelque chose qu'il faut qu'on pense. Pour l'instant, c'est vrai qu'on se focus vraiment sur cette plateforme parce que c'est déjà énormément de travail. Donc pour avoir un impact réel déjà sur cette communauté-là, c'est déjà bien assez.

On aime bien quand même Instagram pour le côté visuel, le fait de pouvoir faire des stories et d'avoir mêmes différents formats sur cette même plateforme. C'est quand même assez chouette. Mais oui, je pense que le frein, c'est le frein de l'âge et un peu des générations. Donc on touche un peu le même profil de personnes nécessairement parce que c'est le réseau favori d'une génération, mais pas des autres.

Aria

Est-ce que vous pensez qu'avec votre association, vous arrivez peut-être plus à toucher d'autres générations ou ça reste quand même très ciblé sur les gens qui sont déjà intéressés par ce sujet-là ?

T'as pensé à

Ça reste quand même ciblé au niveau des adhérents, adhérentes. Mais ce qui permet de toucher d'autres publics, c'est surtout les interventions par exemple en entreprise ou en université. Donc faire donner une conférence, faire des ateliers en université pour toucher les plus jeunes personnes ou en entreprise pour toucher des publics qui ne sont pas forcément très réseaux sociaux, qui ne connaissent pas forcément le compte. Tout ça, c'est aussi intéressant pour ça.

Aria

Et pour faire ce genre d'événement à l'extérieur, vous aviez besoin d'être une association reconnue ou vous auriez pu faire ça aussi juste en tant que collectif ou même la personne originelle toute seule ?

T'as pensé à

La personne toute seule peut le faire. Moi, je l'ai déjà fait par le passé. Même maintenant, je le fais parfois en tant qu'auto-entrepreneuse. Mais pour les interventions qui sont vraiment au nom de l'association, il faut être une association parce qu'un collectif, ça n'a pas d'existence morale. C'est une structure informelle, donc on ne peut pas percevoir de fond ou établir un contrat au nom du collectif, au nom de l'association.

Aria

Est-ce que vous remarquez une différence dans les interactions au niveau de ce qui se passe sur le compte Instagram et ce qui se passe au niveau de l'association ?

T'as pensé à

Non, pas vraiment.

Aria

Vous avez quand même cette relation de proximité aussi avec les gens malgré que ce soit une association ? Peut-être que le fait que ce soit des personnes physiques et que ce ne soit pas juste un compte Instagram, que ça pose des freins à certains ?

T'as pensé à

Non, je ne pense pas. Avec les membres sympathisants de l'association, la plupart nous suivent sur Instagram, donc c'est un peu cette même relation. Après, avec les membres qui font partie du cœur de l'asso, qui participent davantage à la création du contenu du compte, c'est une relation aussi beaucoup plus proche et plus personnelle puisqu'on interagit sur des sujets très pratico-pratiques. C'est quand même une relation plus proche.

Aria

Est-ce que sur Instagram, vous vous sentez parfois limitée par les algorithmes dont les gens que vous pouvez toucher ou dans le sens où vous atteignez surtout les gens qui sont déjà informés sur le sujet, mais que les algorithmes bloquent d'autres personnes qui pourraient être intéressées, mais qui ne sont juste pas encore éduquées à ce sujet-là et que du coup, ça n'apparaît pas dans leur fil ?

T'as pensé à

Oui, c'est une bonne question. C'est quelque chose, moi, sur laquelle j'ai beaucoup travaillé depuis plusieurs mois parce que c'est vrai qu'il y a cette limite, effectivement. Et je pense que, notamment sur les derniers mois, on a eu une croissance assez importante. Qui est, je pense, due à ces essais d'adaptation à l'algorithme. Donc, optimiser les hashtags, il faut le faire, par exemple. Interagir davantage en story, ce genre de choses. Mais je pense que surtout aussi les hashtags et les collaborations avec d'autres comptes, c'est ça qui nous permet d'aller toucher d'autres publics. Sinon, c'est vrai que parfois, on se sent effectivement un peu victime de quelque chose qui emploie de notre contrôle pour toucher d'autres personnes.

Aria

Ma dernière question : est-ce que les gens vous disent comment ils ont découvert votre compte ? Que ce soit par l'algorithme, par des stories repartagées, par des proches qui les conseillent ? Vous n'avez pas vraiment d'idée de comment les gens tombent sur votre compte ?

T'as pensé à

La plupart des gens qui nous le disent, c'est des personnes qui l'ont connu par des amis, ou du bouche à oreille. Je pense qu'il y a pas mal de personnes qui le connaissent par une recommandation sur leur feed Instagram, ce genre de choses. Mais la plupart des gens qui nous le disent, c'est des recommandations de proches en proches.

Aria

Ok. Voilà, c'était ma dernière question. Merci beaucoup, c'était très complet.

T'as pensé à

Merci à toi. Quand tu auras fait ton mémoire, je le lirai avec plaisir. C'est très intéressant comme sujet.

Aria

Je vous l'enverrai avec plaisir. Encore merci à vous et bonne fin d'après-midi !

T'as pensé à

N'hésite pas. Au revoir.

Aria

Voilà. Du coup, pour vous remettre un petit peu dans le contexte, en fait, je fais un mémoire de fin d'études. Donc, je sais pas si vous avez pareil en France ou pas.

Les salopes

Parce que t'es où toi ?

Aria

En Belgique.

Les salopes

Oui, on a ça. Après, moi, j'ai pas fait mes études en France, donc j'ai fait un master et j'ai rendu un mémoire aussi, donc...

Aria

Ok, parfait. Donc, mon sujet, c'est les comptes Instagram féministes francophones, mais qui sont gérés par des personnes sans notoriété préalable, donc ça veut dire pas des grandes stars qui, éventuellement, s'exprimeraient sur ces sujets-là, et pas des comptes qui représentent une organisation, une ASBL, etc., ou, en tout cas, quelque chose qui est reconnu par l'État. Et donc, mon objectif, c'est un peu de mieux comprendre le rôle que ces comptes peuvent jouer dans la création des safe places en ligne, et comment est-ce qu'ils participent à l'empowerment des femmes.

Donc, notre entretien sera, bien évidemment, anonyme. Je ne citerai pas de nom, même s'il y aura des données qui seront tirées de l'entretien, il n'y aura pas de sources d'où viennent ces données. Et évidemment, si jamais il y a des questions auxquelles tu ne souhaites pas répondre, c'est tout à fait possible aussi.

Les salopes

Alors, écoute, j'ai pas du tout besoin d'anonymat, parce qu'en fait, tout ce que je fais est très revendiqué sur les réseaux, parce qu'en fait, je suis social media manager spécialisé dans le domaine de l'intime. Donc, je t'avoue que si je devais me cacher de ce que je fais, j'y arriverais pas.

Aria

Ok, d'accord, c'est bon à savoir. Mais du coup, si c'est bon, on peut commencer.

Les salopes

C'est parti, je t'écoute.

Aria

Ma première question, c'est est-ce que tu peux me raconter comment et pourquoi tu as décidé de créer le compte Instagram que tu tiens ?

Les salopes

Alors, donc, les salopes, c'est né en 2020, si je dis pas de bêtises. C'est un compte qui est, en fait, on le tient à deux. Donc, c'est avec une de mes copines d'université. Donc, il y a moi qui suis française et ma copine qui est québécoise. On est deux personnes qui adorent écrire. On a toujours aimé écrire. Et puis, petit souvenir mémorandum du confinement, on se faisait un peu chier à la maison. Et on s'est dit, pourquoi pas, en fait, reprendre un compte Instagram qui serait à l'image des conversations qu'on aurait pu avoir ensemble, parce qu'en fait, c'était un peu notre rituel. On se retrouvait sur le balcon l'une ou l'autre, une bouteille de vin et on se racontait nos vies, en fait. Et initialement, on a créé ce compte qui s'appelait pas encore les salopes officielles, mais ma salope intérieure. Pourquoi? Parce qu'on était dans cette optique de raconter ce qui se passait à l'intérieur de nous, dans la psyché, dans notre tête, dans notre fantasmagorie. Et en fait, d'oser afficher ce qu'il y avait à l'intérieur de nous. Puis, peu à peu, le compte a grandi et comme on a senti vraiment un aspect communautaire qui a fédéré d'autres personnes, c'est là où on a fait migrer sur le nom les salopes pour être plus inclusifs et pouvoir intégrer plus de monde.

Aria

Ok. Et est-ce que, du coup, dès le début, il y avait une volonté militante, entre guillemets, ou est-ce que ça a évolué avec la suite?

Les salopes

Ça a toujours été, puisqu'on est deux personnes féministes, militantes féministes. On avait envie de mettre en avant la sexualité, justement, du point de vue féministe, en déconstruisant un peu des clichés, en rassurant aussi. Parce que c'est vrai qu'on a toujours l'image d'on ne peut pas faire telle ou telle pratique si on est féministe. Et nous, on avait vraiment envie de faire du, entre guillemets, du feel-good féministe, en fait, d'être assez libérée de pouvoir assumer ce qu'on faisait, qu'importe la situation, tout en gardant cet objectif de féminisme. Mais le vrai féminisme qui intègre tout le monde sur les notions d'égalité et d'implication sociale.

Aria

Et du coup, vu que mon sujet se centre beaucoup sur tout ce qui est safe place et empowerment, c'est quoi la relation que, du coup, vous deux, vous avez avec votre communauté?

Les salopes

Alors, c'est vrai que le compte n'est plus très actif en ce moment, ça va revenir, c'est un peu surcharge de travail. Mais on a toujours pris le temps de discuter avec nos communautés, avec nos membres, avec nos followers, on a pris le temps d'échanger.

C'est sûr que quand on n'était que 300, c'était vachement plus facile que maintenant où on est 6000, ça prend énormément de temps. Mais vraiment, on a voulu créer un espace d'expression, mais en cloisonnant. C'est-à-dire qu'en gros, si on sentait qu'on avait des personnes qui vivaient des violences, ce genre de problématiques, on avait aussi une liste d'associations ou de pros vers qui on pouvait les référer pour ne pas s'impliquer dans un milieu où on n'aurait pas eu les compétences.

Aria

OK. Et est-ce que, du coup, juste en étant compte Instagram comme ça, pas reconnu entre gros guillemets, le fait de ne pas être vous-même une association ou quoi que ce soit, est-ce que c'est toujours suffisant ou est-ce que vous avez dû faire évoluer le compte vers quelque chose de plus officiel, de plus reconnu, de plus établi ?

Les salopes

Pas du tout. Pas du tout parce qu'on a aussi le principe de lignes éditoriales de ne parler que de ce qu'on a vécu. En gros, on parle de choses personnelles. Après, quand on va aborder des notions d'histoire, de psychologie et tout ça, on est quand même deux universitaires. Moi, par exemple, je suis, en fait, historienne de la sexualité avant d'être créatrice de contenu et avant d'être social media manager. Donc, on a quand même un énorme bagage théorique avec nous qu'on peut mobiliser. Et c'est pour ça que dès qu'on entre dans des notions différentes, on a fait appel à des sexologues, on a fait appel à d'autres personnes qui pouvaient témoigner sur d'autres sujets en gardant vraiment ce parti pris de ne parler que de ce qu'on sait.

Aria

OK. Et est-ce que du coup, dans cette relation et dans la façon dont votre contenu est perçu, le fait de ne pas être une célébrité ou une organisation, est-ce que pour vous, ça peut avoir un impact ?

Les salopes

Non, pas du tout parce qu'on n'a jamais fait ça pour la célébrité.

Aria

Mais est-ce que du coup, justement, le fait de ne pas être célèbre et de ne pas devenir une organisation, ça garde un lien de proximité ?

Les salopes

Bien sûr, parce qu'en fait, les personnes, quand ils nous parlent, quand ils nous écrivent, quand ils se confient, ils savent qu'en fait, on ne va, mettons, rien faire des données, on ne va pas divulguer les secrets, on va être dans l'écoute, mais aussi dans les recommandations de pros, comme je disais. Donc, on n'a justement pas forcément envie de devenir institutionnel, on n'a pas envie de transformer ça, surtout qu'en fait, c'est quelque chose qu'on fait pour le plaisir aussi. C'est aussi, ça reste un exercice d'écriture d'une amitié, c'est aussi les chroniques, quand on les écrit, ça passe d'une amie à l'autre, on se relit, et puis c'est aussi l'occasion de papoter de ce qui se passe dans nos vies. Et si on faisait changer ce modèle, on ferait perdre la personnalité du compte.

Aria

Et est-ce que du coup, la position du compte est plus dénonciatrice ou est-ce que c'est plus un but éducatif pour les gens qui lisent ou même juste solidaire, de former une communauté et que les gens se reconnaissent parmi ce que vous postez ?

Les salopes

On est plutôt solidaires parce qu'en fait, on a essayé de créer un persona à travers la salope en précisant que la salope, par exemple, n'a pas de genre. On a aussi choisi du coup d'utiliser le mot Salope avec une majuscule pour la notion d'empowerment. Et on essaye de produire des écrits où les gens peuvent se reconnaître, en fait.

C'est vraiment de la solidarité. La dénonciation, ça nous est arrivé quand il y a des situations par rapport aux violences sexistes et sexuelles, bien évidemment, au lieu de la dénonciation, c'est de la prise de position.

Mais vraiment, on a vraiment envie que ce soit une bulle, un endroit où les gens peuvent parler. On fait des gros travaux de modération. On invite souvent nos followers quand ils voient qu'il y a des gens problématiques dans les suivis, qu'ils les contactent via les messages de nous avertir. Ça nous permet de bloquer les personnes, de protéger aussi. Donc ouais, vraiment, c'est une communauté avant d'être autre chose.

Aria

Et est-ce que du coup, pour ça, vous utilisez, par exemple, des stratégies intentionnelles pour créer justement ce climat de sécurité ? En fait, dans mon travail, j'ai vu que la safe place, ça pouvait être mis en place par différents types de choses, comme des trigger warnings, des modérations, des chartes un peu implicites comme ça.

Les salopes

Alors, des chartes, non. Il le faudrait. On se demande même si on ne va pas en développer une. Parce qu'on va aussi... On se demande si on ne va pas créer d'autres choses, plus justement toujours dans cet esprit de conversation et de discussion.

Trigger warning, c'est une responsabilité à avoir quand on aborde certains sujets. C'est important.

Et la modération, c'est de la modération annuelle. C'est du temps de présence, c'est de l'accompagnement, c'est de l'écoute. Et on invite... Enfin, on invitait parce que là, pour le moment, le compte tourne tout seul. On invite les gens à nous contacter en cas de problème assez régulièrement. Et de toute façon, les gens le font très spontanément. Comme ils connaissent cette bulle, comme ils savent qu'on est là pour prendre soin d'eux, ils vont nous contacter dès qu'il y a une problématique.

Aria

OK. Et du coup, comment est-ce qu'en étant à deux, vous arrivez à gérer tout ce qui est interaction aussi bien en commentaire qu'en message privé ? Et est-ce que vous avez déjà été confrontées à du harcèlement de quelque niveau que ce soit ? Ça peut être du harcèlement très basique, on va dire, qui commence juste par une insulte, comme quelqu'un qui a été beaucoup plus loin.

Les salopes

Alors, c'est moi qui gère toute la partie modération. Après, quand je ne sais pas forcément quoi répondre, on fait des allers-retours, comme d'habitude. On a eu quelques remarques déplacées, mais ça se cloisonne pas mal à ça. En fait, l'avantage de la manière de parler qu'on a, de notre manière de nous exprimer sur ce compte, ça fait qu'en fait, les gens se retrouvent et voient en fait qu'on utilise une insulte comme de l'empowerment et pas, en fait, une véritable insulte, en fait, tout bêtement. On a eu 2-3 commentaires du genre, « ah bah bravo d'utiliser ce mot ». Et puis après, quand on fait de la pédagogie, parce qu'en fait, le mot salope vient de la straight world pour l'avortement ou du manifeste des 343 salopes, donc il y a aussi tout le bagage historique.

On a eu quelques propositions indécentes, on va donc dire, on nous a proposé pour nous payer pour de la sexualité. On l'a pris sur le ton d'humour en disant, écoute, bon courage, ça va te coûter une blinde parce que t'as 2 billets d'avion à payer. Et là, la personne, elle l'a jamais plus entendue, en fait.

Aria

Et en quoi, du coup, est-ce que vous pensez que le fait de détourner un peu une insulte, ça peut jouer sur l'empowerment ?

Les salopes

Alors en fait, pourquoi on a choisi cette insulte ? Parce qu'en fait, je ne sais pas pour toi, mais nous, en tant que femmes, on a senti que c'était l'insulte qu'on nous envoyait plus souvent dans la figure. Et en gros, on s'est dit, si on prend cette insulte, qu'on en fait quelque chose de beau, quelque chose de fédérateur et surtout, en fait, on en change le sens. Et comme c'est de l'empowerment, on a réussi à avoir des commentaires et c'est vraiment ce jour-là où on savait ce qu'on a mis en place a réussi, où une personne, d'ailleurs plusieurs personnes nous ont dit « je me suis fait traiter de salope dans la rue. Et du coup, en ayant l'optique de votre compte, en ayant cette reconstruction et cette déconstruction, je ne me suis pas sentie insultée, je me suis sentie fière, je ne me suis pas sentie attaquée et j'ai pu me dire, ce n'est pas une insulte, c'est reconnaître qui je suis. »

Aria

C'est beau ? Oui.

Les salopes

Oui ! Au-delà d'avoir plein de milliers de followers et des choses comme ça, c'est ça qui fait la beauté de ce compte, c'est ça qui valide le projet qu'on a eu en lançant, en fait. C'est les choses les plus simples. Ce n'est pas un compte monétisé, c'est-à-dire qu'on a fait quelques collaborations, une ou deux payées, mais on n'est pas du tout dans une optique mercantiliste sur ce compte-là. Donc vraiment, c'est pour ça que c'est ces retours-là qui vont faire la différence.

Aria

Et est-ce que dans tout ce que vous postez, il y a certains types de contenus qui suscitent plus d'interactions ou même d'émotions, aussi bien en positif qu'en négatif ?

Les salopes

On a eu peu de réactions négatives. Justement, les textes sont écrits avec de la nuance, c'est-à-dire qu'en gros, si vous ne vous reconnaissez pas là-dedans, ce n'est pas grave, on fait un travail de déculpabilisation.

Mais par contre, oui, c'est des émotions positives. Par exemple, on a fait un post où il y a eu plein de réactions qui étaient chouettes. Par exemple, on a dit, je crois que c'est ma collègue qui a écrit par moi sur « Je n'aime pas le cunnilingus ». Et là, dans les commentaires, ça a été trop bien parce que « Non, mais moi non plus, je n'aime pas ça ». Et les gens en fait ont pu animer un dialogue sans véritablement qu'on ait à faire de modération là-dessus.

Après, bien évidemment, je suis social media manager, donc je sais ce qu'est « putaclic ». Par exemple, on avait fait un post sur le vagin a le même pH que la bière et là, c'est sûr que ça explose en termes de statistiques.

Après, comme les posts ne sont pas créés pour ça, je pense qu'on n'a pas forcément de grosse thématique spécifique. Et puis en plus, c'est pas un compte où il y a une stratégie de posée, à part la stratégie de bienveillance. Comme c'est du spontané, ça prend, ça ne prend pas, ça parle, ça ne parle pas et ce n'est pas grave.

Aria

Est-ce que ça peut jouer justement dans le fait d'avoir un rôle de safe place pour les gens ?

Les salopes

C'est-à-dire ?

Aria

Mais que les gens, du coup, en se reconnaissant dans les posts, par exemple le post sur le cunnilingus, de se dire « je ne me reconnais pas non plus là-dedans et je me sens en sécurité pour commenter », que les gens se sentent vraiment eux-mêmes et ont le droit aussi de s'exprimer sur des sujets où ils ne s'exprimeraient pas spécialement en dehors du compte Instagram ?

Les salopes

Je pense que oui. Et puis en plus, ils savent que s'ils veulent nous répondre, ils peuvent nous envoyer des messages privés aussi.

Quand on va repartager un message privé, et c'est quelque chose que j'ai sur en fait toutes les sphères de mon business, il y a toujours ce consentement. Est-ce que j'ai le droit de repartager ce message ? Est-ce que j'ai

ton accord ? Veux-tu que ce soit anonyme ou non ? Donc ils savent aussi que comme on ne fait pas justement de la promotion, de la surpromotion ou de la monétisation, ils peuvent tout simplement disposer de ce qu'ils nous transmettent.

Aria

OK. Et est-ce que ça vous est déjà arrivé d'avoir des retours de personnes qui allaient justement dans ce sens en disant « là-dessus, je me suis identifiée, je me suis sentie écoutée, je me suis sentie soulagée ? »

Les salopes

Oui, on a eu ce genre de retour par message et encore une fois, c'était la validation qu'on était dans le bon chemin.

Aria

Et ça vous arrive beaucoup ? Est-ce que c'est la majorité de votre communauté ou est-ce que la majorité est quand même silencieuse ?

Les salopes

Alors, c'est difficile à dire maintenant qu'on est 6000. Mais en fait, simplement, tu sais, quand on a nos memes vintages qui marchent super bien et quand on a un repartage et un repartage qui dit « ah mais oui, mais cette situation me parle, mais oui, mais c'est trop ça », donc c'est plus maintenant, c'est plus éloigné en fait en termes de fédération de personnes.

Mais il y a toujours ce lien et là, je sais qu'on va recommencer à publier dans quelques semaines potentiellement et on va retrouver le lien direct aussi.

Aria

OK. Parce que justement, en fait, je fais mon master en communication et en comparant avec les comptes des grosses célébrités, en fait, j'ai vu que le taux d'engagement était rarement très élevé sur Instagram et que quand on compare le nombre d'abonnés au nombre de réactions, c'est toujours très faible.

Mais donc, pour les petits comptes, ça peut être pris aussi un petit peu dans le sens où « ah ben, mon compte ne marche pas alors que... »

Les salopes

Ben écoute, je suis social media manager, donc je t'avoue que j'ai une capacité d'analyse un peu différente sur ce genre de choses. Et en fait, je sais que ce compte fonctionne. Pourquoi ? Parce qu'on n'a pas publié depuis, je dirais, l'année dernière et le compte est en croissance permanente. C'est... les vues sur les vidéos augmentent. En l'espace de trois ans, on a gagné 2000 followers. Et ça, en postant de manière complètement sporadique, quand ça nous prend, quand ça nous chante, parfois, ben même, on a envie de faire une story sortie nulle part, on la fait. Et il y a toujours... Enfin, on a quand même un taux d'engagement assez incroyable.

Donc, c'est... Voilà. Et après, de toute façon, aujourd'hui, la consommation des réseaux sociaux est complètement différente. Les taux d'engagement baissent. Les gens commandent de moins en moins. Ils s'investissent de moins en moins. Donc, en fait, les indicateurs, ils sont un peu différents. Ce n'est pas comme ça qu'on les voit véritablement, quoi.

Aria

OK. Et est-ce que, du coup, pour toi, un compte Instagram en lui-même peut contribuer à l'empowerment des femmes ? Mais jusqu'au bout ou dans la définition que j'ai de l'empowerment, du coup, c'est donner du pouvoir à des minorités, mais les pousser aussi à agir en fin de compte ?

Les salopes

Alors, je ne saurais pas forcément, mais je te dirais que, non, on ne les force pas à agir de manière... Enfin, pour le groupe, on les encourage à agir pour soi, commencer par soi, en fait.

Aria

Oui, oui. Mais ça peut rentrer dedans, le fait de se reconnaître et de dire « OK, j'ai le pouvoir de décider aussi. » Par exemple, sur le cunnilingus, tout bêtement, aller dire à son mec « Non, en fait, ça, je n'aime pas » et il décide de te dire non.

Les salopes

Ben, exactement. C'est ce qu'on essaye de faire. Oui, vraiment. En fait, c'est aussi dans cette optique. Dire « T'aimes ça, c'est cool. T'aimes pas ça, c'est cool. T'as pas envie, c'est cool. » C'est genre vraiment être dans la déculpabilisation et jamais, jamais, jamais, et j'insiste sur jamais, dans l'injonction.

Aria

Et est-ce que ça, du coup, vous avez déjà eu des retours aussi qui confirmaient ça, de quelqu'un qui vous a dit « Ben, grâce à vous, j'ai réussi à mettre un stop à une situation qui me dérangeait ou à m'impliquer davantage dans une cause qui me tenait à cœur ? »

Les salopes

Assez peu. Ça fait partie des choses un peu plus personnelles qu'on avait sur le début du compte. On n'était pas nombreux, maintenant, à 6 000, c'est plus compliqué, mais... Mais oui, c'est... Non, ça, j'ai pas eu de retour forcément direct. Et par expérience, c'est plus difficile à avoir ce genre de retour parce qu'en fait, les gens, ils vont pas forcément... Tu sais, ils vont voir quelque chose, ils vont pas forcément revenir sur le poste, sur le compte pour dire « Ah, j'ai essayé ça, ça fonctionne. »

Aria

OK. Et toi, en général, du coup, qu'est-ce que tu penses du militantisme en ligne ?

Les salopes

Alors, comment te dire que ma carrière est intégralement construite sur le militantisme en ligne ? C'est un fondamental aujourd'hui dans le sens où on sait que beaucoup, beaucoup de gens cherchent leurs informations sur les réseaux sociaux. Je suis pas du genre à faire une communication toute mini, toute chichipompom, à brosser tout le monde dans le sens du poil. Donc pour moi, c'est une nécessité.

Et puis justement, étant... Moi, je travaille quand même très majoritairement aujourd'hui avec des sexologues et je les invite à ne pas parler que du couple, à ne pas parler que des personnes qu'on va appeler « valides », pas de parler qu'aux hétéros, en fait. C'est un investissement qui est très large et surtout nécessaire. Aujourd'hui, on doit déconstruire tellement de choses autour de la sexualité que... Ben, on peut pas se contenter des captations de bienveillance, en fait.

Aria

Bon, ça, après, c'est une question peut-être un petit peu plus technique, mais est-ce que tu as déjà fait un profil type, entre guillemets, des abonnés du style... Est-ce que tu sais si c'est plus des femmes que des hommes ? Si c'est plus telle tranche d'âge qu'une autre ? Ou est-ce que vous avez justement des abonnés assez variés ?

Les salopes

Ben écoute, je peux te répondre. Je vais voir si ma mémoire est bonne et si mon analyse est bonne. Je dirais qu'on est majoritairement... J'ai pas les stats encore devant les yeux.

On est majoritairement sur des femmes. Je sais que ça a changé un peu par rapport à quand on a créé les mèmes. Il me semble qu'on est surtout sur du 25-40.

Et là, je vais confirmer les données. C'est ça, on est sur du 25-45. 67% de femmes contre 30% d'hommes.

Aria

OK, quand même. Et dans les tranches d'âge ?

Les salopes

Dans les tranches d'âge... Eh ben écoute, on a une représentation qui va de 18 à 65+.

Aria

Ah oui, OK, donc c'est très large.

Les salopes

Mais avec, comme je te disais, une majorité sur du 25-45. Oui. Pour la simple et bonne raison que nos référents culturels et nos manières de parler vont être une identification aussi par rapport à celle de notre cible. Et puis c'est quand même plus ou moins la cible très très courante des gens qui abordent la notion de sexualité.

Aria

OK. Et pour vous, du coup, c'est quoi les avantages ou les freins que justement les réseaux sociaux en général, pas spécialement Instagram, peuvent avoir sur le militantisme ?

Les salopes

Alors les avantages, la visibilité potentielle par des millions de personnes.

Les inconvénients, bienvenue dans le monde de la censure.

Aria

Est-ce que ça vous est déjà arrivé beaucoup de fois de vous faire censurer ?

Les salopes

Oui, 3-4 fois par an minimum. Là, en ce moment, on poste pas, donc on n'a pas trop ce problème. Mais oui, j'ai déjà déshadowbannié le compte une bonne quinzaine de fois. Et d'ailleurs, je suis une des rares spécialistes de la censure sur Instagram, donc je peux t'assurer que j'ai croisé plus d'une centaine de comptes bloqués.

J'ai même une masterclass pour se faire débloquent. J'ai des techniques de comm', j'ai des listes de vocabulaire, j'ai des thématiques qui passent, qui passent pas. J'ai fait des tests de contenu, j'ai fait énormément de choses sur le sujet.

Aria

Et c'est quoi, du coup, les raisons du bannissement ? Enfin, même de la censure en général, la plupart du temps, c'est quoi ? C'est contenu vulgaire, non adapté ?

Les salopes

Alors souvent, on nous parle de nudité ou de contenu explicite. Sauf que ce qu'il faut comprendre, c'est justement, je peux avoir un œil un peu plus global, et c'est surtout les contenus pédagogiques qui sautent. Je suppose que t'as déjà scrollé sur les réseaux sociaux et tu vas pouvoir voir des millions de fesses, des millions d'hommes torse nu, des vomissures de comptes masculinistes qui ont des propos odieux, mais les comptes féministes LGBTQIA+, engagés dans la pédagogie de la sexualité, se font laminer. Et aujourd'hui, ça va encore plus loin puisque ça va toucher aussi les comptes liés à la santé menstruelle, à la santé féminine, à la fertilité.

Aria

OK. Oui, en fait, c'est aussi une partie de mon travail ou du coup, ma promotrice m'a demandé de travailler sur ça et elle m'a dit qu'effectivement, on remarquait que les femmes se faisaient beaucoup plus facilement censurer sur Instagram que les hommes.

Et aussi, est-ce que du coup, tu sens que vous êtes limitée par les algorithmes d'Instagram, dans le sens où ça fait un peu, ça crée une bulle de filtre et c'est uniquement les gens qui sont intéressés par le contenu qui vont le suivre, mais que du coup, ça va pas toucher plus de gens, alors que d'autres gens pourraient être intéressés et pourraient être éduqués justement à ça ?

Les salopes

Alors, oui. En théorie, absolument, on est limité. On a souvent une portée qui est inférieure aux autres. C'est d'ailleurs pour ça que j'ai décidé de me spécialiser justement pour sortir en fait de cette mise dans l'ombre. Après, il y a toujours des techniques pour pouvoir dépasser cette bulle, mais on est vraiment sûr de l'engagement beaucoup plus organique que sur de l'engagement payant parce qu'on peut pas forcément faire les publicités qu'on souhaite, on peut pas forcément aborder tous les sujets, mais les stratégies de communication ont aussi ce pouvoir de dépasser certaines limites.

Aria

Et est-ce que tu sais comment les gens en majorité découvrent le compte ? Est-ce que c'est parce que c'est dans leurs recommandations ? Est-ce que c'est des partages de leurs abonnés à eux ?

Les salopes

On a tous les cas de figure avec le compte Les Salopes. Nos memes passent très très très bien dans l'explorer. Et justement, comme nos memes sont très mis en avant, il y a du repartage. C'est aussi quelqu'un qui va parler nous à quelqu'un et on ne le fait plus maintenant, mais on a fait énormément d'engagements manuels. On s'est investi dans les sections commentaires des gens qui nous suivaient en essayant d'être pertinente ou impertinente dans les commentaires. On a fait quelques collabs, mais très très peu.

Voilà, on a tous les cas de figure.

Aria

Il n'y a pas eu aussi des articles de presse qui sont sortis ?

Les salopes

Sur Les Salopes, non.

Aria

Ok, parce que je sais qu'il y a eu plusieurs articles de presse qui mettaient en avant justement ce même type de compte.

Les salopes

Alors on aurait bien aimé. On a le rêve un peu fou un jour d'être invité sur France Inter et de pouvoir parler de notre travail, mais ça nous apprendra à plus communiquer. Mais non, on n'a pas d'article de presse ni de podcast ou quoi que ce soit. Moi, je sais que j'ai été dans certains articles de presse, je suis intervenue sur des podcasts aussi, mais le compte Les Salopes, vraiment, il se fait connaître par lui-même et par notre communauté.

Aria

Ok, et dernière question, est-ce que vous avez des projets en dehors d'Instagram ? Que ce soit un projet de vous-même ou que ce soit, par exemple, juste aller dans une école et parler de sexualité ?

Les salopes

Alors nous, notre projet qu'on a en filigrane et sur lequel il serait grand temps qu'on s'y mette et qu'on procrastine depuis à peu près deux ans sur le sujet, c'est qu'on a été contacté par la Musardine pour faire un livre. Et ça correspond en fait à ce qu'on veut faire avec ce compte, c'est au-delà du côté militant, c'est la littérature, c'est l'écriture.

Et non, on n'irait pas dans les écoles pour la simple et bonne raison que, justement, on n'est pas sexologues, on n'est pas éducateurs à la sexualité et on estime qu'il y a des personnes qui peuvent faire ça bien mieux. Et de manière plus professionnelle, nous, on est là pour écrire et s'amuser. Autant laisser la pédagogie et la formation à ceux qui ont véritablement les outils et le bagage.

Aria

Ok. Merci beaucoup, c'était très intéressant.

Je ne sais pas si tu veux rajouter quelque chose sur ton rôle, ton expérience, ta vision des choses.

Les salopes

Là, comme ça, je pense que j'ai déjà parlé de pas mal de choses.

Aria

Oui, c'était très complet.

Les salopes

Et après, est-ce que toi, tu as encore des questions, des choses qui te viennent à la suite de cet entretien ?

Aria

Là, pour le moment, non, ça me semble complet. Maintenant, peut-être qu'en écrivant, j'aurai d'autres questions. Je ne sais pas si éventuellement, je peux te renvoyer un mail si j'ai une autre question qui me vient en plus.

Les salopes

Oui !

Aria

Merci beaucoup.

Les salopes

Avec plaisir.

Aria

Belle journée, belle semaine.

Les salopes

Merci, au revoir.

Aria

Pour vous remettre un petit peu en contexte, je suis une étudiante en communication à l'Université Catholique de Louvain-la-Neuve, et je fais mon mémoire sur les comptes Instagram féministes de personnes sans notoriété préalable, donc pas des grandes stars qui éventuellement parleraient de féminisme, et pas d'associations établies, donc pas des organisations reconnues. Et j'aimerais bien savoir leur impact sur leur création de safe place pour les femmes, et sur leur capacité à avoir de l'empowerment sur les femmes. Comme précisé dans mon mail, l'entretien est anonyme, je ne citerai pas de nom, je ne citerai pas d'où viennent mes données, etc. Et si jamais il y a des questions auxquelles vous ne voulez pas répondre, c'est tout à fait possible aussi, et je comprendrai. Je ne sais pas si vous avez des questions supplémentaires ou si nous pouvons commencer ?

DBSP

(...) J'ai quand même de l'influence sur les réseaux sociaux, du coup j'ai quand même... J'avais déjà... Je sais pas, au moment où j'ai dû sortir Dis Bonjour Sale Pute, je devais avoir... Je sais pas, 15 000 ou 20 000 abonnés sur Instagram, donc j'avais déjà une base. Parce que comme tu dis que tu veux pas que ce soit forcément des gens qui étaient dans l'influence avant, je m'estime pas être une énorme influenceuse, mais j'avais déjà un petit peu de présence en ligne. Et au-delà de ça, Dis Bonjour Sale Pute est une association reconnue par l'État. Donc juste pour que ce soit clair et que ça rentre dans tes critères, parce que tu disais que tu veux pas forcément que ce soit une organisation qui soit reconnue par l'État.

Aria

Mais est-ce que ça a toujours été une organisation reconnue pour l'État ou est-ce qu'à la base, c'était vraiment juste un compte Instagram ?

DBSP

À la base, c'était juste un compte Instagram.

Aria

OK, oui, alors ça rentre. OK, parfait. D'accord.

DBSP

Alors on est good.

Aria

Oui, j'ai aussi eu le cas avec un autre compte Instagram qui m'a dit aussi qu'ils avaient été obligés de devenir une association par la suite. Et au final, ça m'apporte des données justement très intéressantes pour mon sujet, donc... Ça compte dedans.

DBSP

OK, trop bien.

Aria

Mais du coup, la première question, c'est juste est-ce que tu peux me raconter comment et pourquoi tu as décidé de créer ce compte ?

DBSP

Alors, au moment où j'ai créé le compte Instagram, c'était une période de ma vie où j'habitais à Berlin. Et je suis rentrée en Alsace pour voir mes parents pendant le confinement, enfin, pendant la période du Covid. Et en attendant mes parents à la gare, je me suis fait traiter de « sale pute » par un mec avec qui j'ai pas voulu discuter. Et ça m'a profondément choquée pour plusieurs raisons. La première, ben c'est hyper violent. La deuxième, c'est qu'en habitant à Berlin, je ne subissais pas de harcèlement de rue. Du coup, j'avais oublié ce que c'était. Et la troisième chose qui m'a le plus marquée, c'était... Oh, waouh ! C'est un comportement que j'ai banalisé ou invisibilisé pendant plein d'années en vivant en France.

Et là, le fait de vivre dans un pays où je le vis pas, ça me fait réaliser à quel point c'est grave et que ça peut pas exister. Ça devrait pas exister. Du coup, je suis rentrée chez moi et j'en ai fait un... J'en ai d'abord parlé sur mon compte perso en expliquant ce qui s'était passé. J'étais choquée de voir le nombre de messages que j'ai reçus, de témoignages de personnes qui me disaient qu'elles n'en pouvaient plus de vivre ça dans l'espace public. Et du coup, le lendemain, je me suis réveillée et je me suis dit ok il faut que je fasse quelque chose de ces témoignages. Je peux pas garder ça pour moi. Et donc, j'ai créé un compte Instagram et j'ai cherché un nom pendant... Je sais pas, même pas cinq minutes, en fait. J'étais là genre... OK, je fais quoi ? Harcèlement de rue, nanana, ça existe déjà. Et en fait, ça m'est venu de façon très naturelle d'appeler le compte Dis bonjour, sale pute, parce que c'est comme ça qu'on s'adresse à nous dans l'espace public.

Et c'est comme ça que du coup est née toute l'histoire, alors que vraiment, il y avait aucun projet à la base. Genre rien du tout.

Aria

Et du coup, est-ce qu'il y avait une volonté militante dès le début ou est-ce que ça, ça s'est construit progressivement et qu'à la base, c'était pas vraiment militant dans le sens où on l'entend de lutter contre quelque chose, mais juste pour exposer ?

DBSP

Alors moi, j'ai toujours été très engagée sur ces sujets-là. Peut-être de façon moins publique avant, plus auprès de mes proches ou dans mes cercles personnels. Quand j'ai partagé mon témoignage le jour même, donc c'était le 10 juillet 2020, quand j'ai partagé mon témoignage, j'étais saoulée et j'avais vraiment envie de dénoncer. Je pense que c'était du militantisme sans forcément chercher à être militante. C'était vraiment genre... OK, il m'est arrivé ça, ça me saoule, je vous le dis, parce que c'est vraiment chiant. Et quand, le lendemain, je me suis dit que je vais créer ce compte Instagram, je l'ai plutôt vu, comme, ... mais on peut aussi voir ça comme du militantisme. C'est juste qu'en fait, il n'y avait aucun objectif derrière ma pensée. Aucun objectif, ni politique, ni militant. C'était juste... OK, j'ai reçu des témoignages, je vais les partager, parce que la libération de la parole est importante. Et donc partager tous ces témoignages, ça a permis de donner la parole à des personnes et que d'autres personnes qui voient ces postes se sentent moins seules et que du coup, il y ait vraiment un mouvement qui se crée. Mais je l'ai vraiment fait dans le but de ne pas garder ça que pour moi et de montrer aussi à tout le monde que c'est pas juste un cas isolé, c'est vraiment quelque chose qui arrive tout le temps à tout le monde et que c'est pas OK.

Aria

Et est-ce que toi, maintenant, tu te considères comme une personne engagée ou militante ?

DBSP

Oui, je pense, ouais. À force, je pense que, clairement, je suis devenue... Enfin, je l'ai toujours été, mais... oui, j'ai toujours été très engagée. Et là, évidemment, davantage, parce que j'ai monté mon assoc', parce que tout ce que je mène comme action, c'est forcément des actions qui sont militantes, où j'ai envie de partager mon histoire, mais partager aussi l'histoire des autres pour qu'on fasse en sorte que toutes ces situations-là, elles arrêtent d'exister et qu'on puisse essayer de construire un monde un peu plus safe et équitable pour tout le monde. Oui, je pense clairement, enfin, je suis certaine d'être militante et activiste.

Aria

Et est-ce que le fait d'avoir créé une association, c'est parce que, pour toi, c'était un peu la continuité logique des choses ou est-ce que c'était nécessaire, justement, pour pousser le compte encore plus loin et pouvoir avoir des actions reconnues aussi ?

DBSP

En fait, quand j'ai créé le compte Instagram, j'étais très, très rapidement approchée par une maison d'édition, par trois maisons d'édition même, pour écrire un livre. Et moi, je me suis dit « mais ça sort d'où, cette histoire d'écrire un livre ? Mais vous savez même pas si je sais écrire correctement, vous êtes qui ? » Et puis... Et puis, les médias se sont emparés du truc. Et comme je l'ai dit, moi, à ce moment-là, j'habitais encore à Berlin.

Donc j'étais un peu dans un monde parallèle. Genre je dénonce des trucs qui se passent en France, mais je vis dans une ville dans laquelle je me sens trop bien et je vis pas ça. Donc il y avait une espèce de dissonance.

Et donc je crée le compte Instagram en juillet 2020. Et je commence à réfléchir. Je suis là, OK, mettre des posts sur Instagram, c'est pas suffisant. J'ai envie d'aller plus loin. J'ai vraiment envie de pouvoir apporter des réponses, de pouvoir sensibiliser davantage. Et donc ça a fait son petit bout de chemin dans ma tête et je me suis dit que j'allais créer une assoc' dans le but de pouvoir mener des actions parce qu'après la création du compte Instagram, j'ai été beaucoup sollicitée par les médias pour intervenir à la télé, dans la presse. Et puis j'ai commencé à écrire ce livre. Et je me suis rendue compte qu'en fait, ce livre, pour moi, à la base, l'objectif, c'était de faire en sorte qu'il soit dans toutes les écoles de France et dans les pays francophones pour qu'on puisse le mettre à disposition des jeunes, etc.

Et en fait, tout commençait à prendre du sens. Je me suis rendue compte que, OK, le compte Instagram, c'est bien. Maintenant, j'écris un livre. OK, je vais lancer un podcast. OK, c'est quoi la prochaine étape ? Et c'était vraiment dans le but de pouvoir aller plus loin. Et donc j'ai créé l'assoc' en mars 2021.

Et là, j'ai commencé, moi, à sentir une dissonance de genre, OK, je vis à Berlin, mais je lutte en France, c'est pas OK. Donc je suis revenue vivre en France en octobre 2021. Trop triste, parce que j'adore Berlin. Mais je suis revenue. Et du coup, le fait de revenir, ça m'a permis de chercher des bénévoles et d'être plus présente sur le terrain. Et donc c'est comme ça que l'assoc' s'est construit au fur et à mesure. Et là, en mars, on a fêté nos 4 ans déjà. Ouais.

Aria

Et est-ce que sur le compte Instagram, t'es toujours toute seule à le gérer ? Ou maintenant, vu que le compte a pris de l'ampleur, vous êtes plusieurs ?

DBSP

Le compte Instagram, globalement, c'est moi qui gère le grand. Mais on en a créé un deuxième qui s'appelle DBSP.asso, qui est géré par les autres bénévoles de l'assoc'. Et lui, il est plus axé sur nos actions. Il est

vraiment genre on va montrer un petit peu ce qu'on fait, partager des stories quand on est sur des événements, ou dans des écoles, etc., dans le but que les gens qui découvrent l'assoc' voient ce qu'on fait parce que quand t'arrives sur le grand compte Instagram, tu vois pas forcément tout ce qu'on fait. Et on a décidé de faire en sorte que le grand compte soit vraiment plus de la prévention en ligne. Et le petit, c'est un peu comme notre site Internet de l'assoc' pour montrer ce qu'on fait.

Et voilà, grosso modo... Donc oui, je le gère à 90 % toute seule, le grand compte. C'est pour ça que d'ailleurs, je poste un peu moins, parce que j'ai pas forcément toujours le temps. Et c'est beaucoup de charge mentale aussi de gérer ce compte. Donc voilà.

Aria

OK. Et du coup, maintenant, question un petit peu plus précise vu que tu parles beaucoup de safe place, d'empowerment et tout ça. C'est quoi la relation que tu entretiens avec ta communauté ? Sur le compte Instagram, Dis Bonjour Sale Pute.

DBSP

Y a pas vraiment... Comment dire ? Je peux pas répondre à tout le monde, déjà, parce que je reçois des témoignages tout le temps. Donc je peux pas te dire que j'ai une connexion particulière avec la communauté, parce qu'en fait, c'est trop de charge mentale pour moi et qu'il faut que je me préserve. Je peux pas, suis pas psy, je suis pas formée pour accueillir des paroles de victime tout le temps. Donc je vais plus avoir une relation avec ma communauté sur mon compte perso, sur lequel je fais aussi du contenu militant, où là, je vais pouvoir échanger plus facilement avec ma communauté.

J'essaie de partager des messages bienveillants, d'apporter de la force, d'encourager à dénoncer, à libérer la parole. Et donc on va vraiment être sur de l'adelphité, quoi. J'ai vraiment envie que les gens se sentent en mieux sûr et qu'ils et elles puissent se confier et se sentir entendus et vus, parce que c'est pas forcément toujours le cas.

Aria

Et tu sens que la plupart de ta communauté à toi sur ton compte perso est passée aussi sur le compte des BSP, du coup ?

DBSP

Ça, j'en sais rien, je t'avoue. Je sais pas trop. Mais je pense qu'il y a beaucoup de gens qui me suivent qui suivent les deux comptes, évidemment.

Aria

Et est-ce que tu penses que le fait de ne pas être une célébrité ou une figure médiatique, vraiment, comme on l'entend, grosse influenceuse, est-ce que ça a un impact sur la façon dont le contenu est perçu ?

DBSP

Peut-être que c'est vraiment très nul, ce que je vais dire, parce que je suis pas tout à fait d'accord avec cette façon de penser. Mais peut-être que le fait d'être moins connu, ça donne plus de légitimité, entre gros guillemets, à ce que je dis, parce que du coup, les gens se disent que j'ai pas besoin de redorer mon image ou de me faire passer pour quelqu'un de bien, vu que je suis une personne lambda. Tandis que si c'est lancé par une grosse célébrité ou une grosse influenceuse ou un gros influenceur, ça peut être malheureusement vu comme quelque chose pour redorer son image.

Et en même temps, moi, je trouverais ça génial que des meufs comme Léna Mahfouf ou Noholita ou des meufs qui ont vraiment une influence et qui touchent beaucoup de monde montent une asso ou fassent ce genre d'action, parce que même si ça peut être mal perçu, dans le fond, le message sera là et l'impact sera là, parce qu'il y a des gens qui suivent ces personnes et qui se disent qu'en fait, si elles aussi, elles en parlent, c'est qu'il faut vraiment qu'on agisse, etc. Donc, c'est... Je pense qu'il y a différentes façons. De toute façon, sur Internet, il y a des trolls partout, il y a des gens qui sont toujours pas contents.

Moi, je pense que plus de personnes s'allient pour créer du contenu et essayent de faire en sorte que ces sujets-là soient davantage mis en avant, mieux, plus on arriverait à avancer. Par exemple... Pardon, je te coupe, mais parce que du coup, là, il s'est passé un truc à Cannes. Léna Mahfouf, elle a porté une tenue avec un voile noué sur la tête, et il y a eu un énorme, comme tout le temps, à chaque fois que Léna se met en ligne, il y a tout le temps un énorme truc sur commenter sa tenue, commenter son corps, dire qu'elle a l'air enceinte, la mode des frères musulmans, j'en sais rien. Et en fait, le fait qu'elle dénonce, elle aussi, même si c'est que de temps en temps, le fait qu'elle dénonce, je pense que ça peut permettre d'avoir des prises de conscience.

Aria

Oui, oui, oui. Mais est-ce que... Du coup, tu dis que sur ton compte perso, tu veux vraiment que ce soit un lieu sûr, que les gens se confient, etc., et que t'as plus cette relation de proximité avec tes abonnés. Est-ce que t'as l'impression que cette relation joue un rôle dans la confiance que ta communauté, elle accorde ? Que par exemple, Léna Mahfouf, elle a encore moins la possibilité de répondre à tout le monde et que du coup, les gens se sentent pas spécialement en confiance d'aller lui parler en privé ?

DBSP

Le début de la question, c'était quoi exactement ?

Aria

Est-ce que la relation de proximité joue un rôle dans la confiance accordée ?

DBSP

Oui, bien sûr, parce que les gens se sentent écoutés, se sentent pris au sérieux. Mais je pense que les gens ont aussi conscience que tu peux pas répondre à tout le monde. Encore une fois, moi, j'ai pas beaucoup d'abonnés sur mon compte Instagram, mais je peux pas non plus répondre à tout le monde. Et la plupart du temps, quand j'arrive à prendre un petit peu de temps pour répondre, les gens me remercient, me disent « oh je pensais pas que tu me répondrais ». Je pense qu'ils ont conscience qu'on peut pas juste être disponible pour toutes les personnes qui nous écrivent et que ben c'est OK. Mais effectivement, par exemple, je pense que la façon la plus facile de créer du lien, c'est quand tu postes une vidéo, que les gens commentent et que tu réponds aux commentaires. Ça permet quand même de dire que je vous vois, je vous entends, j'ai peut-être pas le temps de répondre à tous les DM, mais je réponds à vos commentaires. Et donc là, ça crée forcément du lien. Mais oui, bien sûr, plus tu réponds, plus les gens se sentent en confiance, plus les gens ont envie de maintenir le contact.

Aria

OK. Et sur le compte des DBSP, comment est-ce que tu décrirais ta position ? Est-ce que le but est plutôt éducatif, solidaire, dénonciateur ?

DBSP

Les trois. On dénonce beaucoup parce qu'on a notre concept « L'accusé du jour », donc on a aussi créé une page Instagram qui s'appelle « L'accusé du jour » comme ça, il y a toute la liste des mecs dessus. On a un petit peu de partage culturel, on a nos chroniques culturelles, on met en avant des artistes et des musiques et des concepts culturels qui sont engagés.

On a une partie éducatrice où on va parler de différents sujets. À l'époque, on avait même des postes sur du lexique qui n'est pas forcément facilement compréhensible. On n'a pas toujours le temps de tout faire, donc il y en a un petit peu moins en ce moment.

On a aussi, dans le côté un peu dénonciateur, ce qu'on appelle les vite F. C'est des formats dans lesquels on partage des actus qui sont arrivées récemment, ce qui souvent permet aux gens de se dire quoi « s'est passé ça en une semaine, mais c'est un truc de ouf. Comment c'est possible ? ».

Donc ouais, on a vraiment même de l'éducatif. On a de tout. Et on a aussi des vidéos qui permettent d'avoir des prises de conscience. Tu vois, j'ai posté une vidéo hier, je crois, dans laquelle j'ai demandé à la chatGPT comment elle serait la vie si les mecs avaient un couvre-feu à 20h ? La réponse de chatGPT, elle était genre... La vie serait grave plus stylée pour les meufs, et voilà. Et c'est pas moi qui le dis, tu vois, c'est une IA. Et donc le fait de le partager comme ça, ça permet aussi d'avoir des prises de conscience, de genre, OK, si une IA écrit ça, l'IA, elle est pas censée être politisée, ni féministe, ni d'un parti tel ou tel. Si l'IA le dit, c'est qu'il y a une réalité. Et c'est peut-être des petites choses comme ça qui peuvent permettre de faire évoluer les mentalités.

Aria

Et est-ce qu'il y a un certain type de contenu qui suscite plus d'interactions ou d'émotions ?

DBSP

Souvent, les reels, ouais.

Aria

OK. Et sur des sujets en particulier ou... C'est plus le format qui joue ?

DBSP

C'est plus le format qui joue. Après, quand on partage les posts des accusés du jour, on a beaucoup, beaucoup, beaucoup de gens qui commentent, surtout quand c'est des personnalités inattendues. Même si, vraiment, moi, je suis plus surprise du tout.

Mais par exemple, Jérôme Niel, Norman Thavaud, voilà, des personnalités comme ça où les gens sont déçus parce qu'ils sont là, « putain, mais en fait, moi, j'aimais trop ce mec, et je suis deg ». Et donc oui, ça, c'est vraiment, je pense, les publications qui génèrent le plus de commentaires parce que les gens sont déçus, en fait. Ils se disent « mais... Mais non, pas lui ! » Et ouais, c'est sûrement les posts qui font le plus...

Après, des fois, on partage des témoignages. J'ai partagé des témoignages d'Anissa, d'EnjoyPhoenix, voilà, différentes personnes qui ont pu me balancer des trucs en ligne, et ça fait aussi réagir parce que... En fait, ça dépend. Des fois, tu vas faire un super contenu où les gens vont pas forcément réagir. Des fois, tu vas partager un truc random et ça va tout de suite avoir un impact. Ça dépend comment l'algo fait le taf, est-ce que t'es shadowbanned ou pas, qui tombe dessus.

Après, on a quand même assez de chance sur DBSP, on n'a pas beaucoup de trolls. Parce que, justement, on a un contenu éducatif et on n'est pas en train de dire tous les hommes doivent mourir parce que déjà, on pense pas ça. Et surtout, on dénonce, mais on dénonce avec des faits. Et on essaie vraiment de... Comment dire ? D'amener les gens à avoir une réflexion évolutive sur leur position, sur les questions du féminisme, etc. Et du coup, c'est vrai que ça nous permet d'avoir quand même un peu plus de bienveillance sur le compte.

Après, les quelques fois où il y a des trolls, je t'avoue que moi, la première chose que je fais, c'est que je bloque. Je ne leur laisse pas la possibilité de s'exprimer, en fait. C'est la dictature, clairement, pure et dure. Tu viens ici pour faire du mal, pour blâmer des victimes, pour dire des trucs atroces, tu dégages, parce qu'en fait, notre énergie, elle est pour aider les autres et pas pour te convaincre que ce qu'on fait, c'est bien.

Aria

Du coup, est-ce que pour ça, il y a certaines stratégies intentionnelles qui sont mises en place dans le sens où... En fait, j'ai vu en écrivant mon travail que pour avoir une safe place, il fallait aussi avoir des règles qui étaient mises en place, mais que sur Instagram, ça pouvait passer par des trigger warnings sur les sujets plus sensibles, ça pouvait passer par des chartes, même implicites, de dire que tu suis le compte, mais du coup, tu dois respecter certaines conditions ou des mots qui sont bannis dans les commentaires, etc.

DBSP

Alors, c'est très compliqué de bannir des mots dans les commentaires, parce que des fois, il y a eu... Enfin, quelqu'un qui utilise le mot pute ou salope ou quoi, ça peut être en rapport avec le nom du compte aussi, donc en fait, c'est compliqué pour nous, parce qu'il y a déjà pute dans notre nom, donc voilà. Donc on n'a pas fait ça. On n'a pas mis des mots interdits. Par contre, déjà, le fait de bloquer les personnes problématiques, ça règle pas mal de choses. Du coup, ils ne reviennent plus.

Et après, sinon, il n'y a pas vraiment de règles, mais par contre, quand on poste un témoignage d'une victime, souvent, on va dire en légende, soyez bienveillante, bienveillante, la victime va potentiellement lire les commentaires qu'il y a sous le poste. Donc voilà, pas de méchanceté, pas de remise en question, pas de victime-blaming, etc.

Après, c'est très compliqué de dire aux gens, bon, comme vous nous suivez, il faut respecter des règles, parce qu'en fait, on est sur Instagram et les gens font ce qu'ils veulent. Mais on va réagir. S'il y a des comportements qui ne sont pas OK, on va réagir, on va restreindre, bloquer, répondre, essayer d'expliquer aux personnes que leurs comportements, leur façon de dire les choses ne sont pas OK.

Voilà, c'est un petit peu au cas par cas.

Aria

Et sur les trigger warnings, est-ce qu'il y en a sur les posts ?

DBSP

Ouais, on en met sur les posts à l'accusé du jour. Il y a toujours le trigger warning... Attends, je te montre.

Par exemple, sur les posts accusés du jour, en bas, là, tu vois, il y a toujours le trigger warning du sujet, pour que les gens sachent. Sinon, globalement... Ou alors, par exemple, sur les posts où je te disais les « vite F », là où on partage les infos, la deuxième slide, c'est un trigger warning et une demande de bienveillance. Donc on essaie quand même toujours de dire aux gens...

Tu vois, je vois que 453 personnes qui me suivent ou que je suive, Dis Bonjour Sale Pute. Donc il y a clairement... Je pense qu'il y a effectivement beaucoup de gens qui sont sur les deux comptes.

Mais... Ouais, on essaie de mettre des trigger warnings aussi souvent que possible pour pas heurter les victimes, parce qu'il y a des gens qui peuvent se reconnaître dans certains témoignages et on veut pas qu'ils se sentent mal après, quoi.

Aria

Et comment est-ce que t'arrives à gérer les commentaires ? Parce que j'imagine que certains posts doivent avoir pas mal de commentaires, donc est-ce que c'est plus le fait que les gens répondent à un commentaire méchant qui va t'alerter ou est-ce que c'est toi qui modère quand même assez souvent les commentaires ?

DBSP

On a une vigilance, que ce soit moi ou d'autres bénévoles de l'assaut, on regarde dès qu'il y a des commentaires pas OK, on gère par nous-mêmes. Après, en général, tu sais, la viralité d'un post, elle dure de 1 à 24 heures. Donc au bout de 24 heures, il y a rarement de nouveaux commentaires. Donc dans les premiers 24 heures, on reste vigilant et vigilante sur ce qui est dit, et puis après, on gère.

Et puis après, on gère en ce moment-là.

Aria

Et après, ça, c'est une question un peu technique, mais est-ce que t'as déjà réussi à faire un profil un peu « type » de personnes qui commentent de façon négative ? Déjà, de savoir s'ils sont abonnés à toi et que c'est

vraiment des gens qui suivent juste pour clasher, si c'est plus des femmes que des hommes, si c'est plus une certaine tranche d'âge.

DBSP

Impossible de savoir." C'est souvent des comptes masqués, sans photo, sans nom, donc c'est impossible de te dire... Je pense que la plupart du temps, c'est des hommes, mais c'est vraiment une analyse personnelle, donc j'ai pas fait de stat, je peux pas dire ça. La plupart du temps, c'est des hommes frustrés qui sont là genre... Non, mais I'm not all men, OK. Et ça arrive aussi qu'il y ait des femmes qui sont aussi encore victimes de la misogynie intégrée et qui se disent... Non, mais c'est bon, là, les féministes, vous gâchez tout. Je peux pas les juger, parce que je pense avoir fait partie de ces personnes dans ma vie plus tôt, et que je pense que tant que t'as pas eu la prise de conscience, tu resteras dans cette misogynie intégrée, et je... Je juge pas, en fait. OK, c'est comme ça. Donc... Il y a aussi des femmes, des fois, qui sont là genre... Mais arrêtez d'être frustrées, arrêtez d'être rigides, vous, les féministes, machin... Mais je pense que la plupart du temps, c'est quand même des mecs.

Mais encore une fois, je te dis ça sur un ressenti, j'ai pas fait... De toute façon, quand il y a quelqu'un qui écrit quelque chose de négatif et que je bloque le compte, je vais pas aller perdre encore plus de temps à essayer de comprendre qui c'est. Vraiment, je sauve mon énergie pour d'autres choses.

Aria

C'est logique. Du coup, là, maintenant, pour s'intéresser un petit peu plus au safe place et à l'empowerment, est-ce que tu penses que ton compte peut jouer un rôle de safe place pour certaines personnes ? Et si oui, comment est-ce que tu le sais ? Comment est-ce que ça, ça se manifeste ?

DBSP

Je pense que le compte peut être une safe place. En fait, à partir du moment où on essaye d'être bienveillant, bienveillante dans la façon dont on communique avec les trigger warnings, etc., je pense que les gens se sentent en confiance et du coup, se disent que c'est un compte sur lequel ils et elles vont trouver du contenu bienveillant, informatif. Et voilà.

On n'est rarement dans le... On n'expose pas les gens, on n'est pas dans la violence ou dans la confrontation, donc les gens doivent se sentir... Je pense que les gens se sentent à l'aise, mais tu vois, en même temps, j'ai des copines qui m'ont dit qu'elles ont masqué les stories et les posts de DBSP parce qu'elles me disent « en fait c'est trop lourd pour moi, j'ai pas envie de voir passer tous ces posts, j'ai pas envie de voir passer tous ces

témoignages parce que ça me trigger, » même si je pense que c'est important. Du coup, c'est peut-être des gens qui vont revenir quand ils en ont besoin, ou tu vois, c'est pas...

Je sais pas si on peut dire qu'un compte Instagram est une safe place, parce que ça dépend à chaque moment de ta vie comment tu vas le percevoir quand tu viens.

Aria

Oui. Et est-ce que dans les commentaires, il y a des ressentis de personnes qui... Enfin, dans les commentaires ou même en message privé dans ceux qui passent, est-ce qu'il y a des retours qui vont dans le sens que... « Ah, j'ai reçu... Enfin, je me suis identifiée au post ou moi aussi, j'ai vécu ça, je suis soulagée qu'on en parle ou je me suis sentie écoutée ? »

DBSP

Oui, il y en a souvent. OK. Il y en a souvent, beaucoup de gens qui se reconnaissent, qui disent merci aux victimes de partager ce témoignage. Voilà, je pense qu'il y a vraiment ce truc où les gens ont besoin de savoir qu'ils et elles ne sont pas seuls à avoir vécu des choses similaires, et du coup, ça donne de la force. C'est peut-être un peu bête dans le comportement humain, mais c'est la réalité.

Aria

Et est-ce qu'après ça, du coup, ça peut être en lien aussi avec l'association qui a été créée, mais est-ce qu'un compte Instagram, pour toi, est suffisant pour contribuer à l'empowerment des femmes, mais dans le sens où ça peut être un empowerment de juste les éduquer sur certains sujets et de leur donner un pouvoir de connaissance, justement, mais aussi aller plus loin et donner un pouvoir d'agir, de se dire que « maintenant, j'ai les connaissances, moi aussi, je veux m'impliquer et je veux faire quelque chose pour ne plus que ça arrive, justement » ?

DBSP

Je pense qu'un compte Instagram, c'est un outil qui peut permettre de faire de belles choses. Je pense pas que ce soit suffisant, parce que ça reste juste des posts, en fait, et que le contact humain, pour moi, reste beaucoup plus important. C'est pour ça que nous, on essaie de mener des actions sur le terrain, enfin, on mène beaucoup d'actions sur le terrain, et du coup, ça fait toute la différence.

Mais ouais, je pense que c'est nécessaire d'aller plus loin, en général, et la création de l'asso était dans le but d'aller plus loin. Et comme tu vois, il y a des comptes Instagram qui existent. À travers ces comptes Instagram,

il y a eu des cercles de parole qui se sont créés, des conférences, des rencontres. Et pour moi, c'est la next step qui est, je pense, très, très importante pour pouvoir aller plus loin. Sinon...

Aria

Oui, donc le compte Instagram, c'est un point de départ, mais il faut développer en dehors aussi ?

DBSP

Oui, après, ça peut être un point de départ suffisant, mais ça dépend ce que tu cherches. Ça dépend. Ça dépend du contenu que tu cherches.

Aria

Et est-ce que t'as déjà eu des retours de personnes qui ont dit qu'après avoir vu les publications du compte Instagram, ils s'étaient impliqués davantage dans la cause féministe ?

DBSP

Je pense que le compte Instagram nous a permis, à nous, de trouver des bénévoles qui ont eu envie de s'engager, clairement, parce que du coup, ils ont vu tout ce qu'on fait et qu'ils se sont dit « OK, maintenant, je suis prêt et prête à agir et à donner mon temps à une asso ». Et du coup, c'est comme ça qu'ils sont arrivés chez nous. Après, le fait de voir plusieurs personnes repartager des fois des postes, ça reste un engagement, même si c'est pas forcément des gens qui vont marcher le 8 mars, le 25 novembre, ou qui vont s'engager à titre personnel dans des asso. Juste le fait de repartager les postes, ça montre déjà une espèce de militantisme. Ou alors le fait qu'un poste les fasse réfléchir assez pour qu'ils engagent un sujet auprès de leur famille, etc. C'est des petits pas, mais qui sont tous hyper importants et nécessaires.

Aria

Et par rapport à Instagram en tant que tel, pour toi, c'est quoi les avantages et les freins à l'engagement via vraiment la plateforme d'Instagram ?

DBSP

Les avantages, c'est qu'on peut toucher beaucoup de monde. Les désavantages, c'est que quand on dérange l'algo, ils nous shadowbanned et du coup, les messages peuvent être... ne plus être entendus, voilà. Et puis même, la manière d'Instagram de fonctionner, on peut pas montrer des tétons, par contre... Enfin, tu vois ce que je veux dire. On peut pas montrer des tétons, mais on peut montrer d'autres types de nudités.

Le fascisme est ultra présent, mais le féminisme est caché. Et en fait, tu vois bien que c'est une plateforme qui est gérée par des hommes blancs de 45 ans ou plus. Qui vont essayer de faire en sorte que les messages qui soient diffusés leur bénéficient à eux. D'ailleurs, moi, je l'ai vu après l'élection de Trump ou genre sur mon Twitter, par exemple, j'avais que Elon Musk et Donald Trump toute la journée, qui étaient suggérés alors que j'avais pas envie de les voir...

Aria

C'est pas tes convictions.

DBSP

C'est pas mes convictions. Et sur Instagram aussi, l'algorithme, il va pousser... Tu vois, là, j'ai dit très fort Elon Musk et Donald Trump, là, c'est la 2e fois, mon téléphone est juste là. Je pense que si j'ai des publications qui me sont suggérées, ça va vraiment me saouler.

Mais oui, tout ça pour dire que l'algorithme nous freine dans le partage de nos actions. Les comptes sont souvent shadowbanned. Il arrive que des comptes de militantes soient carrément désactivés. Et en fait, c'est hyper frustrant, parce que nous, en fait... Tu sais, on est juste en train de dire... « Eh, si tout le monde s'aimait, ça serait pas plus stylé ? Eh, si les mecs arrêtaient de nous violer, ça serait pas plus sympa, en fait ? » Et Instagram n'aime pas du tout ça. Genre, eux, ça les arrange, évidemment, qu'il y ait de la guerre, de la méchanceté, de la haine, parce que c'est ce qui permet de stimuler parce que si on vivait que dans du bonheur et de l'amour, oh là là, la vie serait si chiant.

Aria

Et je n'aurais pas de sujets de mémoire.

DBSP

Et il y aurait pas de sujets... Si ! Peut-être que du coup tu questionnerais l'amour, j'en sais rien « mais qu'est-ce que ça veut dire vraiment aimer ? », parlons-nous d'amour ou d'attachement ou de peur de l'abandon... Enfin, tu trouverais d'autres sujets.

Mais ouais c'est effectivement c'est la grosse limite de ces plateformes c'est pour ça que les gens changent de plateforme de temps en temps. Tout ça pour dire que c'est que c'est très frustrant parce que notre contenu à la base il est censé faire évoluer les mentalités dans le sens positif avoir des prises de conscience sur la société dans laquelle on vit. Et en fait ça arrange pas Instagram, et donc on se fait shadowbanned et c'est frustrant de fou.

Aria

Et est-ce que par rapport à ça t'as l'impression d'être aussi dans une bulle de filtre où les gens qui te suivent c'est les gens qui sont déjà d'accord avec ce qui est dit. Mais que justement dû aux algorithmes, les gens qui sont pas spécialement éduqués à ce sujet-là, mais qui pourraient être intéressés ne voient pas le compte apparaît dans leur suggestion.

DBSP

Oui je pense qu'il y a malheureusement beaucoup d'entre soi, y a beaucoup de gens qui suivent gens qui s'intéressent à ce sujet.

Aria

Et est-ce que ça tu as un profil type de personnes ?

DBSP

Ah ben ça je peux te dire les stats sur la communauté de DBSP ! Alors, donc on a 83% en France déjà et c'est quasiment que des pays francophones parce qu'on est en France, Belgique, Suisse, Canada, Réunion.

La tranche d'âge... la plus grosse tranche d'âge qu'on ait c'est de 25 à 34 ans, mais sinon on a quand même 17 % de notre communauté qui est entre 18 et 24 ans. Et on va quand même jusqu'à plus de 65 ans, on a quand même une grosse communauté qui va dans tous les âges.

Et sans surprise 86,3 % des abonnés sont des femmes. Voilà ! Attends, mais sur les femmes, je regarde les tranches d'âge homme/femme . Ouais ça change pas... Si, ça change un petit peu mais... On a plus d'hommes plus âgés et des femmes plus jeunes. Ouais, ouais, ouais, ah c'est impressionnant. Ouais mais parce que peut-être il y aussi ce truc où dans les nouvelles générations t'as autant des mecs super éduqués que des mecs qui sont encore mega dans la misogynie parce que, les réseaux sociaux, TikTok et tout ça prône la misogynie constante, et puis il y a une montée du fascisme aussi qui est assez affolante. Et donc les jeunes mecs sont très vite enrôlés dans ce type de discours, et c'est plus avec le temps que tu vas commencer à déconstruire à réfléchir différemment. Mais bon c'est encore une fois c'est vraiment des perceptions personnelles parce que je sais pas du tout quoi.

Aria

Mais si je questionne les algorithmes, c'est aussi par rapport à un vécu personnel ou j'ai, plusieurs garçons dans mon entourage qui commencent à être éduqués sur le sujet, mais quand je leur ai parlé de mon sujet

mémoire, ils avaient l'air de tomber un peu de haut en disant « Ah mais nous, on n'était pas au courant de l'existence de ces comptes là. Alors que pourtant ça nous intéresse » et du coup ben en faisant mon travail, je leur ai envoyés des comptes et ils ont dit « mais ça tombe jamais sur ma page d'actu. Et si toi tu ne les partages pas, nous, on les verrait pas alors que ça pourrait nous intéresser ».

DBSP

C'est peut-être très binaire ce que je vais dire, mais, peut-être que le contenu qu'ils consultent sur les réseaux sociaux c'est vraiment juste un contenu divertissant. Et ils vont pas forcément aller chercher ce type d'informations sur les réseaux sociaux, donc ils vont pas forcément le voir. Alors que si ils commencent à suivre des pages comme ça et ben dans leur fil d'actu, il y aura forcément des propositions de contenu comme ça qui apparaîtra donc ça dépend de l'utilisation que tu fais des réseaux sociaux. Tu peux très bien c'est être militant militante, mais ne pas vouloir voir ce contenu sur les réseaux sociaux. Pour justement, voilà te divertir et de changer les idées et pas avoir du contenu qui puisse être perçu comme négatif ou plombant.

Aria

Oui, et c'est en ça que les algorithmes sont à la fois bien faits et mal faits.

DBSP

C'est vrai.

Aria

Et du coup ma dernière question, et ça à mon avis ça va rejoindre aussi l'association, c'est quoi les projets que vous avez en général ? Donc, avec le compte ou avec l'association ou même personnellement au-delà d'Instagram pour renforcer votre engagement

DBSP

Ben, du coup, on a toutes les préventions qu'on fait en milieu scolaire, en milieu festif. On a commencé depuis 1 an et demi, aussi, à aller en milieu carcéral, donc on rencontre des détenus. On travaillait avec des entreprises des associations. Voilà, on fait beaucoup beaucoup de prévention. On a déjà fait deux éditions de festivals où on fait des actions engagées sur le terrain.

Mais là on n'en a pas fait depuis deux ans parce qu'on a moins le temps mais c'est quelque chose qu'on veut continuer à faire.

Qu'est-ce qu'on fait d'autre ? On essaye de s'engager sur différents événements ou sur des rencontres participer à des conférences pour essayer de parler avec les gens. C'est vraiment... pour nous le contact avec l'humain, c'est vraiment la priorité. Donc on essaye vraiment de pouvoir aller dans cette direction et de rencontrer un maximum de personnes pour justement avoir un vrai contact, un vrai lien, un vrai échange parce que justement les réseaux sociaux c'est pas suffisant.

Aria

Ben voilà, moi j'ai les réponses à toutes mes questions, je sais pas si tu veux ajouter quelque chose sur ton rôle, ton expérience, ta vision du féminisme en ligne ?

DBSP

Mon rôle, j'en sais rien, je pense que je suis juste une militante parmi d'autres et que voilà on est ensemble à porter un message avec une voix commune.

Le féminisme en ligne je pense que c'est pertinent et qu'il faut qu'on continue à le faire et que le plus de personnes continuent à partager du contenu et s'engager. Parce que les nouvelles générations communiquent à travers les réseaux sociaux. Enfin, quand je vois, des fois, des jeunes en train de boire un café, ils sont sur leur téléphone et je suis là genre « mais en fait parlez-vous, je sais pas ». Et donc ça veut dire que si ils sont sur leur téléphone, ils sont très probablement en train de scroller sur TikTok ou d'autres contenus de ce genre et du coup il faut aller sur ces plates-formes et continuer à militer un maximum, à trouver des porte-paroles différents pour que tout le monde puisse se sentir concerné. Parce qu'on a beaucoup de féminisme blanc, par exemple, en France. Il faudrait qu'il y ait plus de... Enfin, faudrait, c'est très facile pour moi de dire ça, mais plus il y aura des femmes minorisées, discriminées, racisées qui vont prendre la parole, plus ces communautés-là vont se sentir engagées. Il faut que les féministes blanches aillent davantage vers, pas juste les blanches qui subissent du harcèlement, mais globalement, tu vois par exemple soutenir, apporter de la compassion envers Gaza, faire prendre conscience de ce qu'il se passe, le Congo, l'Iran, ... Enfin, tous ces pays dans lesquels les droits des femmes sont complètement bafoués. Je pense que les féministes blanches doivent se s'impliquer davantage sur ces sujets pour qu'aussi ces communautés-là se sentent soutenues et qu'on puisse vraiment avoir une voix commune. Même si encore une fois une féministe blanche et une féministe raciste et discriminée, ne vivent pas du tout, pas vraiment, la même chose et qu'on ne pourra jamais se mettre à la place. En tant que féministe blanche, je ne pourrai jamais me mettre à la place d'une féministe racisée, discriminée, invalide, etc.

Et que malgré tout, il faut quand même qu'on porte une voix commune. Et puis ben plus il y aura des hommes qui prendront conscience et qui s'investiront tout en gardant leur place, c'est-à-dire qu'on les veut pas en tête

de cortège, parce que c'est pas à eux de faire ça, mais en fin de cortège, pourquoi pas, mais en partageant des posts sur leurs réseaux sociaux en parlant à leurs potes, en remettant leur potes en question quand il y a un problème, ... Enfin, je pense que c'est vraiment une action commune qui doit s'opérer pour qu'on puisse avancer. Sinon on va continuer à stagner.

Mais je dois admettre, quand même, que il y a des avancées, et que je trouve, qu'il y a quand même de plus en plus de personnes qui s'expriment sur les réseaux. Et qu'on avance. Très doucement, mais on avance.

Aria

C'était très intéressant, en tout cas merci beaucoup c'était très complet.

DBSP

Mais, avec plaisir, merci à toi pour ta confiance. Et, moi, j'ai pas de problème à ce que tu partages les données parce que dans tout ce qu'on s'est dit, il n'y a rien de confidentiel. Donc, j'ai pas de problème avec le fait que tu en parles, que dans ton mémoire, tu cites l'association même les données, les statistiques des abonnés etc. Il y a pas de problème pour moi.

Aria

Ok merci beaucoup ! Bonne journée !

DBSP

Bonne journée !

@eva.futura

Aria

Pour te remettre un petit peu dans le contexte, je crois que tu viens de Belgique aussi ?

Eva

Oui.

Aria

Donc j'imagine que tu sais ce que c'est un mémoire, parce que j'ai déjà eu des comptes français qui, du coup, n'avaient pas la même notion du mémoire. Et donc, ben en fait, moi là, je fais mon mémoire en communication à l'UCL et j'ai décidé de me pencher sur les comptes Instagram féministes francophones, mais gérés par des personnes sans notoriété préalable, donc pas des stars qui parleraient de féminismes ou pas des influenceuses, comme on l'entend du style Léna Situations, quoi, qui parlent aussi de ces sujets-là de temps en temps. Et également des comptes qui ne représentent pas des organisations reconnues par l'État. Et mon objectif, c'est un peu de mieux comprendre comment est-ce que ces comptes jouent dans la création de safe places pour les femmes et comment est-ce qu'ils participent aussi à leur empowerment.

Donc, comme j'ai dit, ce sera anonymisé et si jamais il y a des questions auxquelles tu ne souhaites pas répondre, c'est totalement possible aussi.

Je ne sais pas si tu as d'autres questions avant de commencer.

Eva

Non, je ne pense pas, non. Parce que je suis tranquille, je suis sous mon pseudo, donc je n'ai pas de problème, voilà.

Aria

OK, parfait. Mais donc les premières questions, c'est un peu de remise en contexte.

Donc, est-ce que tu peux nous raconter comment et pourquoi tu as décidé de créer le compte Instagram eva.futura ?

Eva

En fait, moi, en 2019, j'ai porté plainte pour viol contre mon ex. Et donc, au début, je n'avais pas du tout d'intention de créer quoi que ce soit. Mais il se trouve qu'en septembre 2020, j'ai été complètement lâchée par « SOS Viol » et je me suis retrouvée sans aucun soutien d'aucun type, rien du tout. C'était horrible. Et donc, je me dis, moi, j'ai toujours écrit, j'ai eu des blogs, j'ai eu machin. Et au début, quand j'ai ouvert mon compte, je parlais que, comme il y en a plein des comptes, sur ma propre histoire et tout ça, c'était pas du tout dans une optique militante.

Et avec le temps, j'avais même pas le mot violence institutionnelle, rien du tout dans ma tête. Je n'y connaissais rien. Je suis une autre personne, en fait, aujourd'hui.

Et en 2021, il y a un moment vraiment de violence institutionnelle, que je dirais plus plus, en même temps par une avocate et par une psy que j'avais été voir, que j'avais déjà vu il y a quelques années pour un sujet tout à fait différent et qui avait été gentille. Mais quand je suis venue avec ce sujet, c'était pas la même personne. C'était une horrible personne. Et donc, après ça, déjà, j'ai commencé à me poser des questions, à en avoir marre de ce truc de ce n'est pas normal, je me disais. Mais je pensais que j'étais la seule, vraiment, que c'était un accident, que je n'avais pas de chance. Et puis, en 2021, il y a l'affaire Balance Ton Bar qui éclate. Et là, je me suis dit, là, j'ai compris que c'était systémique. Et à partir de là, mon compte, il a vraiment changé, en fait, et il est devenu de plus en plus ce qu'il est maintenant, en fait.

Aria

Et est-ce que toi, tu te considères comme une personne engagée, voire même militante ? Et si oui, est-ce que c'est de maintenant ou est-ce que ça l'a toujours été ?

Eva

Moi, dans ma tête, je l'ai toujours été. Alors, l'expression, c'est maintenant, depuis quelques années. Mais dans ma tête, depuis petite et tout ça, j'étais tout le temps en train de râler contre les injustices et tout ça. Mais je ne faisais rien de concret.

Maintenant encore, c'est assez limité pour une raison, c'est que déjà de base, moi, je n'aime pas l'exposition, mais je le ferais. Mais le fait est que j'ai un enfant et que pour le protéger, j'essaye de tout le temps faire comme je peux, dans l'anonymat le plus possible. Toujours, en fait, et qu'on ne voit pas mon visage.

Voilà. Et c'est un peu frustrant parfois parce qu'il y a tellement à dire. Et je sais que quand on montre sa tête, il y a beaucoup plus de répercussions. C'est comme ça. Il n'y a rien à faire. Mais d'abord, c'est mon fils.

Aria

Oui, je comprends totalement. Et du coup, aussi à cause ou grâce à cet anonymat, c'est quoi la relation que tu entretiens avec la communauté que tu as sur ton compte ?

Eva

Déjà, mon objectif de plus en plus, c'est d'armer les victimes parce que souvent, on est vraiment toutes seules et on ne sait pas qu'on est toutes seules. On ne comprend même pas, on ne comprend rien. On ne nous explique pas. Je veux dire, il n'y a personne qui nous explique le système. Donc, on doit chercher des infos par nous-mêmes. Donc, moi, les infos que j'ai, je les mets, je les partage. Je veux dire, il y a des contacts avec qui on est devenues amies. Il y en a, on s'échange, on se donne des conseils. Moi, je donne des conseils, j'explique des choses parfois par mes posts. Mais bon, j'en ai enlevé beaucoup de posts.

J'ai eu aussi un ras-le-bol à un moment. J'ai carrément supprimé mon compte. Resupprimé. Puis, je suis revenue.

Enfin, voilà. Mais parce que parfois aussi, il n'y a pas de vrai... Comment dire ? On cherche aussi un soutien, on cherche un partage. Je veux dire, parfois, j'ai envoyé des posts à des organisations, des associations, des trucs militants, soi-disant. Mais ils m'ont laissée en « vu ». OK. Peut-être que je les connaissais en vrai, mais elles ne savaient pas que c'était moi.

Il y a plein de choses comme ça un peu bizarres du fait de l'anonymat qui arrivent. Parce que j'ai eu à faire vraiment à deux ou trois comptes que je les connais en vrai, elles ne savent pas que c'est moi. Et je ne disais pas qui j'étais parce qu'il y avait une raison, maintenant, je ne sais plus laquelle. Mais ça m'a permis de voir qu'en fait, elles étaient engagées pour certains trucs, pas pour d'autres, pas pour tout le monde.

Aria

Et la relation avec tes abonnés, est-ce que ça t'arrive souvent de recevoir des messages de gens qui se confient ou qui te remercient ?

Eva

J'ai des messages tous les jours. Pas nécessairement... Parfois, c'est même pour me conseiller à moi d'autres choses. Ou bien, oui, parfois, c'est pour me conseiller, parfois, c'est pour me remercier, parfois, c'est pour commenter. Plutôt en message qu'en commentaire.

Tous les jours, je reçois des messages.

Aria

Et est-ce que tu penses que du coup, dans ce cas-là, le fait de ne pas être une célébrité ou une figure médiatique, ça a un impact sur la façon dont ton contenu est perçu ?

Eva

Déjà, il est moins vu. Il n'est vraiment pas très visible d'ailleurs. Je ne sais pas comment tu m'as trouvé parce que c'est souvent via un compte qu'on me trouve. Mais voilà, je pense que je suis déjà très contente que tu me places en militante et pas juste en victime qui raconte son histoire, parce que ce n'est pas ce que je fais.

Je veux dire, il y a les posts, les posts roses qui sont mon histoire, avec les violences institutionnelles. Mais moi, on ne retrouve pas les faits, parce que ce n'est pas ça. Moi, je parle de tout ce qu'on ne nous dit pas, en fait. Voilà, de suspension du prononcé, de trucs où personne ne nous explique. Et encore, je fais des erreurs, parce que comme personne ne nous explique, je fais des erreurs.

Peut-être, je suis moins crédible, oui, du fait que je n'ai pas une exposition médiatique. Je ne suis pas avocate, je suis une survivante, en fait. Une survivante qui s'intéresse beaucoup, qui est révoltée, qui veut que ça change. Voilà.

Aria

Parce que du coup, dans mes recherches, j'ai quand même réussi à tomber sur quelques articles scientifiques qui parlaient d'un nouveau type de militantisme. Et le mot authenticité et proximité revenait beaucoup, où il disait que les comptes Instagram de personnes vraiment comme nous, on va dire que ce ne soit pas quelqu'un qui est connu ailleurs, leur contenu est perçu par leur communauté comme étant plus authentique et que les gens ressentent une proximité de se dire « c'est une personne comme moi, donc si je lui envoie un message, je vais pouvoir me reconnaître », alors qu'une grande star n'est pas confrontée à la même chose. Est-ce que toi, tu ressens ça dans les commentaires ou dans les messages ?

Eva

Pas à ce niveau-là, mais par exemple, j'ai un remerciement il n'y a pas longtemps d'une fille qui me dit moi, j'en apprend plus avec toi qu'avec les avocats. Et ça, c'est un peu parce qu'ils ne nous informent pas. Donc, « c'est surtout avec des comptes comme le tien ou d'autres comme ça, plus discrets, que j'apprends ». Oui, bien sûr, déjà, nous, en général, comme je ne suis pas une célébrité qui va dans plein d'émissions et des choses, j'ai plus le temps, donc je réponds, alors qu'une célébrité ne va pas forcément répondre moi-même.

Parfois, moi-même, je commente, j'écris des messages à des personnes, et puis ça dépend, il y en a qui sont super géniales, qui partagent. Et peu importe si elles vont à la télé, si elles sont journalistes ou pas, et il y en a qui sont juste influenceuses et qui ne te répondent jamais. Oui, ça dépend, quoi.

Aria

Et est-ce que tu décrirais ton compte comme un compte plus avec une position éducative où vraiment tu veux partager ton vécu, mais aussi apporter des clés aux gens qui ont vécu la même chose ? Ou bien plus solidaire ou bien même dénonciatrice de critiquer la justice belge qui, parfois et même souvent, ne fait pas avancer les choses ?

Eva

Je pense que quand on suit mon compte, on sait que moi, je ne fais que dénoncer, dénoncer, dénoncer... Je suis très dénonciatrice. Et comme je dis, moi, je veux armer les victimes, je veux qu'on se mette ensemble pour renverser tout le système, parce qu'honnêtement, les agresseurs, ils ont une infinité de chances.

Moi, encore, la semaine passée, ça aurait dû être mon audience de procès, même si en Belgique, c'est un peu risible, on ne peut pas appeler ça procès. Il faut vraiment y aller pour se rendre compte comment c'est la foire. Ce n'est pas un procès, c'est en correctionnel. Il y a les prévenus d'un côté, les parties civiles de l'autre. C'est vraiment un environnement de foire, les avocats qui veulent faire passer leurs affaires, qui sont vraiment comme « moi, moi ! ». Ce n'est pas en huis clos, donc ça, plutôt, c'est bien. Mais vraiment, le juge, par exemple, la semaine passée, il n'y en a qu'un à Bruxelles, et le président, il n'y en a qu'un à Bruxelles. Et donc, sur un caprice, il n'a pas voulu faire passer mon affaire. Moi, ça fait 5 ans et 7 mois que j'attends. Donc, ça a été vraiment sur un caprice. Il m'a appelé à la barre, il m'a dit qu'il reportait au 15 octobre, alors que j'attends depuis 5 ans et 7 mois, je me suis vraiment effondrée sur le pupitre et il m'a crié dessus. Il m'a dit qu'il pouvait très bien reporter à dans 2 ans s'il en avait envie, que si c'était pour ça, mon avocat pouvait venir tout seul.

Et tout ça, on le dénonce, je le dénonce en story. Évidemment, je ne peux pas trop le dénoncer, mais on l'a dénoncé à plusieurs, une autre avocate l'a dénoncé. On s'est fait intimider par un autre juge suite à ça. Mais comme on l'a grillé, maintenant, il se tait.

Oui, il y a vraiment un gros, gros problème. Je pense que plus on sera au courant, plus tout le monde sera au courant, plus il y aura des victimes qui disent « En fait, tout ça, ça fait partie d'un système. Tout ce que je ressens, parce qu'on n'a pas de mots, souvent, on n'a pas de mots, on ressent des trucs et on ne sait pas quoi. On n'est pas armés parce que personne ne nous informe. Et alors, s'il y a quelques comptes qui vont informer,

dire que vous n'êtes pas toute seule, nous aussi, ce n'est pas normal, c'est comme ça, ça devrait se passer comme ça. Eh bien, on pourra faire avancer les choses, je pense.

Mais s'il n'y a personne, jamais, qui ne dit rien et qui se tait et personne qui ne se met ensemble avec personne, ce sera toujours la même chose. Et il y a les prévenus, donc ce sont des violeurs, ce sont des criminels, ils sont tous libres. À 99 %, ils sont libres.

Moi, mon agresseur, il a déménagé, il habite à côté de l'aéroport. Donc, s'il a envie, voilà, il est condamné, dans la minute, il est à l'aéroport, il prend un avion ou quoi ? Tellement, c'est n'importe quoi.

Aria

Et est-ce que tu as eu de partages de cas similaires ou quand, justement, tu partages le fait que ça dure depuis des années et que tu subis aussi des violences de la part des juges ou des avocats, des gens qui disent vivre la même chose ?

Eva

Juge, oui. En fait, oui, parce que j'ai récolté quelques témoignages. Et donc, là aussi, j'ai encore... Et parce qu'on me disait aussi que moi, oui, ça fait longtemps, t'as plainte elle date de novembre 2019, ça fait longtemps. Et donc, moi, j'ai essayé de récolter des témoignages récents et j'en ai eu de 23, j'en ai eu de 24, j'en ai eu... Et il y en a qui n'ont pas voulu, après, continuer, mais c'était toujours des... Elles n'ont pas voulu que je poste, finalement, mais c'était toujours des trucs très récents de maintenant. Et donc, oui, oui, j'ai à chaque fois des trucs très récents ou même, on minimise, on ne se rend pas compte que c'est une violence institutionnelle. Et moi, je suis là, ce que t'as vécu, c'est ça, c'est ça, c'est ça.

Aria

OK. Et est-ce qu'avant d'avoir les violences institutionnelles, du coup, ça t'est déjà arrivé aussi d'avoir des messages de femmes qui te disent avoir subi des violences sexuelles et qui hésitent à porter plainte et à aller au bout de l'affaire ?

Eva

J'ai eu quelques messages, même de partenaires et de victimes, mais quand même peu, parce que mon compte est quand même fort orienté. Et j'en avais avant, plus et tout ça.

Mais moi, j'ai juste un poste où le titre, c'est « Dois-je porter plainte ? » Je donne des infos. Et voilà, je pense que personne ne peut influencer personne pour porter plainte, vu ce qui nous attend après. Et de toute façon, c'est une décision tout à fait personnelle, propre. Je crois qu'on ne peut pas se mêler, quoi.

Aria

Et maintenant, un petit peu plus au niveau du contenu, est-ce que tu remarques que certains types de contenus suscitent plus d'interactions ou d'émotions, que ce soit tes témoignages à toi, les témoignages d'autres personnes ou bien justement les posts où tu dénonces la justice ?

Eva

Les témoignages, très peu. Vraiment, c'est quelque chose qui me rend triste. Mes posts de mon histoire, un peu plus. Mais là où j'ai clairement eu le plus, c'est quand j'ai écrit une lettre, une lettre très expérimentale, à la ministre de la Justice où je parlais de ce que pouvait craindre mon agresseur, c'était une suspension du prononcé, c'est-à-dire une condamnation sans... Mais en fait, c'est faux. J'avais faux et je savais que je pouvais avoir faux parce que de nouveau, c'est moi qui cherche les infos, qui les trouve, qui n'a de confirmation par personne.

En fait, mon agresseur ne pouvait pas recevoir cette suspension du prononcé parce qu'il ne se présente pas. Donc c'est par défaut et par défaut, ce n'est pas possible. Mais je viens de l'apprendre par le juge qui nous a intimidés. Donc je l'ai remercié en plus, c'est dément, en fait, c'est dément.

Aria

OK, et est-ce que tu utilises certaines stratégies pour créer un climat de sécurité ? Donc, par exemple, c'est tout bête, mais mettre des trigger warning sur tes posts pour que les gens qui ont des sujets un petit peu trop sensibles ou quoi, se reconnaissent ou bien est-ce que tu modères les commentaires si jamais les commentaires deviennent méchants ?

Eva

Mes commentaires sont modérés, tu ne vas jamais voir rien de négatif, en fait. Non, ça, j'enlève non.

Aria

Et comment est-ce que tu gères, du coup, les interactions en commentaire ? Est-ce que tu as, par exemple, une liste de mots qui sont bannis ou est-ce que c'est vraiment toi qui fais un travail de fond d'analyser tous les commentaires et de les supprimer ?

Eva

J'ai mis beaucoup de mots dans les paramètres qu'on ne pouvait pas dire et donc ça trie, en fait.

Aria

C'est quoi, par exemple, les mots qui sont bannis ?

Eva

Je sais pas parce que j'ai fait ça au début, quoi. Parce qu'au début, moi, tout me heurtait, donc je ne sais pas. Mais par exemple, des commentaires qui vont me revictimiser, moi, me dire que ça ne m'en faut ou des choses comme ça. C'est d'office. Et parfois, je le fais à la main, comme avec le juge. Le juge, il était en roue libre, quoi. Et moi, directement, j'ai bloqué. Malheureusement, j'aurais dû faire print screen, mais j'ai bloqué, quoi. Et donc, voilà, c'était la semaine passée.

Mais c'est vrai que moi, c'est vraiment quasiment que des victimes qui me contactent. Je pense. Parfois, des associations.

Aria

Et est-ce qu'en commentaire, tu as déjà été victime d'une vague de haine, entre guillemets, de gens qui, parfois, pouvaient justement te revictimiser au lieu de comprendre le but de ton compte ou les commentaires basiques qu'on peut voir en mettant que c'est ta faute ?

Eva

Pas dans mon compte, non. OK. Mais je suis pas assez populaire.

Aria

Bon, parfois, il y en a que ça dérange pas.

Eva

Non, non. Mais de toute façon, moi, il n'y a pas la place. Non, non, non. Moi, c'est pas possible. Je pense que non.

Aria

OK. Et tu dis que t'as déjà reçu des messages d'associations. Est-ce que t'as déjà fait du contenu en collaboration avec des associations, des organisations ?

Eva

Non.

Aria

Est-ce que tu penses que ça t'intéresserait et que ça pourrait développer plus ce que tu dis et lui donner plus de visibilité ?

Eva

En fait, ça dépend, parce que moi, j'ai pas une bonne relation avec les associations dans le sens où j'ai été revictimisée par absolument tout le monde. Je pense que SOS Viol m'a victimisée, le CPVS, l'assistante de justice du parquet de Bruxelles, tout. Je n'ai pas... J'avais été dans une association avec un groupe de parole où les intentions étaient tout à fait bonnes, mais elle n'était pas formée, la psy, et c'était vraiment revictimisation sur revictimisation. Donc, j'ai vraiment un gros problème avec

Moi, moi, personnellement, il faut vraiment que je sente que c'est safe à 100%, que j'ai eu aucun retour négatif de personne. Sinon, c'est très, très, très compliqué pour moi, parce qu'il y en a qui le font et qui savent que ce n'est pas efficace à 100%. Il y a des horaires... Par exemple, SOS Viol, moi, la première chose que j'ai faite, c'est passer par SOS Viol, mais j'ai d'abord envoyé un mail. Je n'ai jamais eu de réponse, jamais. J'ai pu présenter à la permanence après, mais je n'ai jamais eu de réponse. Voilà, mais moi, ce n'est pas ça que je reproche à SOS Viol, c'est vraiment comment ils m'ont lâchée dans la nature.

Donc, quand il y a tellement de choses et que je suis au courant, parce que je l'ai vécu moi-même, c'est très difficile après de faire une collaboration ou bien des associations que j'ai contactées qui m'ont répondu au bout d'un mois ou deux, qui m'ont donné leur numéro de téléphone et puis j'ai téléphoné. J'ai laissé un message de répondeur, ils ne m'ont jamais rappelé. Pour moi, c'est vraiment... J'ai vraiment beaucoup de mal après à faire confiance. Oui, parce que ma confiance a été très, très, très forte mise en mal.

Aria

Est-ce que toi, tu penses que maintenant, ton compte joue un rôle de safe place, comme on l'entend maintenant pour les gens, dans le sens où les gens se sentent en confiance de commenter, qu'ils se disent que si jamais ils veulent partager un témoignage, ils seront entendus par toi ?

Eva

Je pense, parce que moi, je crois qu'on voit dans mes contenus que je suis très pro-victime et que j'essaie vraiment de faire très, très attention à tous les mots que je choisis. Et puis, comme je dis, je n'ai jamais rien de négatif. Jamais, jamais. Dans les messages, je veux dire, je n'ai jamais eu un seul message négatif. Donc, en tout cas, ou je ne m'en souviens pas, mais vraiment, c'est très, très peu, en tout cas.

Aria

OK. Et dans les retours que tu reçois, est-ce que tu as la sensation que c'est plus des gens qui ont un sentiment d'identification à ton cas personnel et qui ont vécu la même chose ? Ou plus, parfois, même du soulagement de ne pas être seule ou bien simplement un sentiment d'écoute, de pouvoir partager son vécu ?

Eva

Je pense qu'il y a un sentiment de ne pas être seule. Et oui, le fait de pouvoir partager. Après, attention, il ne faut pas venir faire du trauma dumping, parce que ça, parfois, la semaine passée, quand je racontais en story tout l'audience et que j'ai des gens qui venaient me raconter leur cas, pardon, mais ce n'est pas le moment. Moi, je suis dans une autre planète. Et ça, j'ai appris à mettre vraiment vite un frein. Maintenant, je le fais mieux. Au début, je rentrais quand même dans l'ordure. Maintenant, j'ai l'habitude. Donc, je fais beaucoup mieux. Mais oui, oui.

Voilà, j'ai perdu le fil, pardon.

Aria

Pas de souci. Mais du coup, est-ce que ça, c'est bien reçu par les gens, le fait que tu gardes aussi ton vécu personnel et tes limites à toi et que quand tu mets un stop aux gens, ils ne le prennent pas contre eux, mais ils comprennent que c'est des sujets qui sont difficiles aussi pour toi ?

Eva

Dans la majorité des cas, oui. Ou bien je le fais vraiment d'une manière très... Je ne suis pas très réactive, on va dire, parfois. Je vais mettre un pouce ou... Qu'est-ce que je vais faire ? Ça va être très à un mot, je vais être très laconique. Enfin, je ne vais pas beaucoup lire parce que ce n'est pas le moment, quoi. Je veux dire, moi aussi, j'ai fait du trauma dumping. Je ne suis pas en train de rechercher, et tout le monde... Non, moi aussi, j'en ai fait. Je pense qu'on en fait tous. Parce que justement, on n'a tellement pas d'endroits où se déposer que quand on en trouve un, c'est...

Mais maintenant, j'attache beaucoup à tout ça et j'essaie de me mettre des limites et que les gens de leur mettre des limites aussi. Et parfois, je dis quand vraiment j'ai conscience de ce qu'on est en train de faire, de dire, je suis désolée, mais ce n'est pas le moment. On peut en parler à un autre moment si tu veux. Parfois, ça me fâche, parce que vraiment, je me dis, « mais tu as vu ce que je suis en train de raconter sur mon cas ? C'est horrible. Et toi, tu viens, en plus, me parler de tes horreurs à toi », quoi. Parce que c'est horrible, en fait. Tout ce qu'on raconte, c'est horrible. Donc oui, parfois, ça dépend. Mais voilà, j'arrive, je pense de mieux en mieux à dire, là, ce n'est pas le moment, reviens plus tard si tu veux, en quelque sorte.

Aria

OK, ça se comprend totalement. Et alors aussi, je travaille aussi sur le sentiment d'empowerment. Donc en fait, ce que j'ai pu lire sur ça, c'est que c'est vraiment donner des clés d'action aux gens, mais qu'au-delà de vraiment l'action militante, comme on l'entend, du style aller manifester ou même passer à l'acte de porter plainte, il y a aussi tout le processus de donner du pouvoir en éduquant les gens. Est-ce que toi, avec ton compte, tu penses qu'en général, un compte Instagram est suffisant pour donner ce sentiment-là aux gens ?

Eva

Non, un compte Instagram tout seul, non, on ne va nulle part. Moi, ce qui me donne le courage de continuer, un sentiment d'empowerment, je ne suis pas très, très fan du mot, mais moi, ce qui me donne, c'est de voir que malgré tout, les choses avancent très lentement.

Mais moi, il y a quatre ans, quand moi, j'ai commencé à parler de violences institutionnelles, il n'y en avait pas d'autres, de comptes. Que je le faisais de manière peut-être maladroite, je ne sais pas, mais il n'y en avait pas d'autres. En Belgique, on ne parlait pas de ce sujet et que maintenant, depuis, il y a eu tous les cas en France, parce que ça vient souvent de France, quand il y a des trucs en France, ici, alors en Belgique, nous aussi.

Mais oui, donc quand même, je remarque. Et puis, il y en a plusieurs qui veulent, comme moi, porter plainte à la Cour européenne des droits de l'homme en Belgique. Moi, j'ai cette idée depuis 2021, mais comme ma procédure n'a pas de fin, je ne peux pas, parce qu'il faut que toutes les voies de recours soient épuisées, mais on commence à être... En tout cas, les personnes commencent à s'interroger sur ça.

Et voilà, je pense qu'au moment où personne... À chaque fois, on dira non, ça, je ne permets pas, ça, je ne permets pas, ça, je ne permets pas et que les juges devront changer, quoi. Oui, changer.

Aria

Et est-ce que tu penses que le fait d'avoir des gens qui s'abonnent à toi, ça a eu un impact sur eux et ça leur a permis eux-mêmes de prendre la parole ? Je ne sais pas si tu as déjà pu constater ça.

Eva

Moi, j'ai une fille, une fois, qui m'a dit, qui m'a remerciée parce qu'elle était au bord du suicide et qu'elle pensait qu'elle était folle avant de me lire, que c'était tout dans sa tête. J'ai eu des cas comme ça, mais je pense qu'il faudrait plutôt leur demander à eux. Parce que moi, je ne me sens vraiment pas populaire, je ne suis pas populaire.

Donc, quelques cas comme ça, ponctuels, de personnes qui sont venues me dire des choses de temps en temps, j'en ai, oui. Mais ce n'est pas non plus... Là, je n'ai pas plein de followers, quoi.

Aria

Non, mais bon, c'est suffisant. Il suffit de trois personnes qui se sentent capables, maintenant, de porter plainte et de reconnaître des violences institutionnelles. Ça peut déjà sauver plein de gens.

Eva

Oui, je pense qu'il y a plus un mouvement général de... Je reconnais ce que c'est. Enfin, en général, je suis très optimiste, je suis utopiste, je crois. Mais c'est vrai qu'on est entre nous, en fait. Donc, des personnes qui commencent à s'interroger et à se dire « ça, ce n'est pas normal, ce que j'ai vécu, ce n'est pas normal, ça porte un nom », ça, j'en vois quand même de plus en plus.

Voilà. Et on ne va pas se laisser faire ou... Bon, après, la plupart, elles arrêtent parce qu'elles n'ont pas le courage, elles n'ont pas l'argent, parce que l'aide juridique en Belgique, vraiment, il faut être au CPAS, c'est à peu près tout.

Et donc, je veux dire, il faut vraiment tenir, tenir, tenir sur le long terme. Et on est deux, je crois, à tenir comme ça sur le long terme. Et je pense que, moi, c'est parce que je ne sais pas être autrement. Là, c'est un coup que la semaine passée, je n'en pouvais plus, je voulais abandonner, parce que c'était vraiment... Ce n'est pas sérieux, quoi. Ce n'est pas sérieux, les procédés en Belgique.

Donc, et surtout, les peines sont débiles aussi. Moi, ça fait 5 ans et 7 mois. Mon agresseur n'aura jamais 5 ans et 7 mois de ne serait-ce que de sursis, je sais très bien. Donc, je me suis vraiment demandé à quoi bon.

Mais voilà, je ne sais pas être autrement, je ne sais pas.

Aria

Et en général, qu'est-ce que tu penses du militantisme en ligne ?

Eva

Qu'est-ce que je pense du militantisme en ligne ? Je pense que c'est un complément du militantisme IRL, quoi. Parce que, par exemple, moi, je ne suis pas dans une situation qui me permet de faire beaucoup de militantisme dans la vraie vie, dans le sens où j'ai mes obligations de maman et j'ai une maladie chronique qui me prend beaucoup d'énergie.

Mais donc, je fais un peu ce que je peux. Et je pense que tout est bon à prendre. Voilà, je pense que tout est utile, tout peut être utile.

Aria

Et du coup, là, plus via Instagram, parce que moi, je base mon travail sur ça et aussi vous, c'est des comptes sur Instagram. Mais c'est quoi les avantages et les freins, justement, de passer par Instagram ?

Eva

Les avantages ? Les avantages, c'est que c'est gratuit. C'est facile, ce n'est pas encore très compliqué comme outil.

Bon, après, moi, je suis assez nulle, j'ai toujours été comme ça. Je n'ai vraiment pas le don pour tout ça et je ne cherche pas non plus. Je suis trop flemmarde. Et je pense que ça explique aussi mon petit nombre d'abonnés.

Le frein, c'est qu'on vole beaucoup de contenu. Moi, j'ai enlevé 80% de mon contenu parce que j'ai tellement volé. Je me dis, moi, je passe des heures. Moi, je m'investis moins aujourd'hui qu'avant. Je passe des heures là-dessus et on me vole et on n'est pas solidaire avec moi. Pas tout le monde, je ne suis pas en train de faire une généralité mais il y en a où on s'attend à autre chose, qui ne sont pas du tout dans la sororité, solidarité. Pour moi, ça c'est compliqué. Parfois, c'est vrai que j'ai fait disparaître mon compte pendant 6 semaines en automne dernier parce que je n'en pouvais plus et que je ne me sentais pas du tout soutenue. Je pense que oui, ça c'est un frein.

Aria

Et, est ce que tu te sens limitée par les règles d'Instagram, donc aussi bien l'algorithme qui pourrait empêcher ton compte d'être vu, ou autre ?

Eva

Oui, je suis shadowban un article sur deux. Un post sur deux est shadowban de partout,quoi.

Aria

Pour des mots interdits ?

Eva

Oui, moi ça me rend dingue parce que je n'ai pas les codes du copywriting et tout ça, donc oui, un article sur deux c'est pfff.

Aria

C'est un retour que j'ai beaucoup eu. Et étonnement même dans des articles scientifiques, je ne m'attendais pas à trouver des sources sur ça, mais qui disaient que le contenu féministe était beaucoup plus facilement banni d'Instagram que le contenu masculiniste. Et qu'un homme pouvait tenir des propos haineux et rester alors qu'une femme va juste citer un mot comme « violence sexiste » et le compte va être shadowban.

Eva

Oui, il suffit de voir... Mon fils il a 13 ans donc c'est un ado et il est éduqué par moi donc il est fortement influencé par moi. Et, lui-même il m'envoie parfois des blagues sexistes en me disant « mais regarde maman, ce qu'ils ont mis » et donc, voilà, il y en a 90 000 likes et nous, on met des trucs pour la défense des droits des femmes et on a 50 likes et on peut être contente. Donc, oui, clairement.

Aria

Parce que, même au niveau de l'algorithme, j'ai vu qu'on pouvait facilement tomber dans ce qui s'appelle une « bulle de filtre », et qu'en fait, les gens qui vont tomber sur ton contenu vont être des gens qui sont intéressés et qui sont déjà éduqués à ça mais que quelqu'un, et même plus particulièrement des hommes du coup, n'auront pas ça dans leurs propositions et que ça empêche d'avoir une visibilité auprès des gens qui auraient justement besoin d'être éduqués à ces sujets-là. Est-ce que toi tu ressens ça aussi ?

Eva

Eh bien, il suffit de voir le pourcentage de mes followers, on est à 90 et des contre 7% peut-être, hommes-femmes. Donc, oui, il y a un peu des deux. Je pense que ça les intéresse pas forcément et que c'est pas accessible de toute façon.

Aria

Oui, du coup ça pourrait aussi être un frein. Après, un autre avantage d'Instagram pourrait être l'anonymat puisque pour une personne comme toi qui ne veut pas montrer son visage ou n'a pas les moyens d'aller faire une manifestation dans la rue, ça offre déjà une possibilité de pouvoir s'exprimer ?

Eva

Oui ! Moi je vais quand même faire des manifs, je parle du 8 mars et du 25 novembre, c'est un peu les seules que je fais et où voilà je me dis que je vais la faire. Et je le fais. Enfin, le 25 novembre moins parce que, moi ça me déprime assez quand je vois qu'on est 2000 alors qu'on devrait être 500 000 mais bon, ça me déprime assez et en plus comme on est en novembre c'est assez compliqué déjà.

Mais oui, il y en a qui profite de leur anonymat pour... C'est vrai que les mauvais commentaires, pour rebondir un peu sur autre chose, c'est souvent des gens qui n'ont même pas de photo et tout ça. Je vais dire, des lâches, et donc personnellement ça ne m'affecte pas parce que tu n'as même pas le courage de montrer une photo ou ton visage et t'es là en train de venir juger, tais-toi quoi.

Aria

Eh bien, j'ai eu les réponses à toutes mes questions donc déjà merci beaucoup parce que c'était très complet ! Je ne sais pas si tu souhaiterais rajouter quelque chose sur ton rôle, ton expérience, ta vision du féminisme en ligne ou autre ?

Eva

Ma vision du féminisme en ligne c'est qu'il y a à boire et à manger... Il y a de la solidarité, il n'y en a pas, il y a des personnes qui font des livres sur la défense des victimes et puis quand ils parlent avec une victime ils sont tout à fait revictimisant donc c'est très très... C'est un monde particulier

Aria

Oui donc en fait, Instagram c'est un peu une face cachée, on va dire.

Eva

Il y en a qui sont plus influenceuses que vraiment dans la défense, et elles ont trouvé leur sujet en disant « voilà, on va faire la défense des droits des femmes » et en fait quand on parle avec elles, elles sont juste horribles. Donc, voilà, ça ça existe aussi.

XXX c'est quelqu'un qui m'a vachement revictimisé un jour où j'ai parlé avec elle parce que elle parlait du présentateur Laurent Ruquier qui ricanait sur un truc de viol et c'était en 2021 donc j'étais encore très fort dans le traumatisme et je lui ai dit « il devrait lui arriver la même chose pour qu'il comprenne » mais ce n'était pas dans le sens je veux qu'il soit agressé mais dans le sens où il n'y a que en vivant la même chose qu'il pourrait comprendre et se fermer sa gueule, quoi. Et, donc, elle m'a écrit que je faisais l'apologie du viol et je l'ai mal pris, puis elle est venue me parler en commentaires, elle m'a dit « je vois comment tu parles, toi qui a écrit ton livre là, et comment tu parles aux victimes et machin truc et comment tu sais que je n'ai pas été victime », je lui ai dit « écoute j'ai lu ton bouquin... ». Voilà.

Aria

Oui, donc c'est facile de prôner le fait d'être solidaire alors qu'en fait dans la réalité c'est différent.

Eva

Elle a trouvé sa niche

Aria

C'est un peu triste de savoir qu'il y a des gens qui surfent sur des sujets qui sont « tendance » alors que ce sont des sujets graves.

Eva

Oui, sinon après je n'ai pas d'autres mauvaises expériences qui me viennent en mémoire et il y en a qui sont sympas. Il y a de tout, vraiment.

Aria

En tout cas, encore merci beaucoup d'avoir pris le temps de répondre à mes questions, c'était très intéressant.

Eva

Merci à toi, au revoir !

10.3. Questionnaire

Enquête sur l'empowerment virtuel sur Instagram et la création de safe place

Bonjour à tous,

Dans le cadre de mon mémoire en communication stratégique des organisations à l'Université Catholique de Louvain-la-Neuve, je m'intéresse à l'impact des **comptes Instagram de personnes sans notoriété publique préexistante pour diffuser la parole des femmes et dénoncer les pratiques sexistes**.

Ma question de recherche a pour but de questionner la création de **safe places** virtuelles ainsi que l'**empowerment*** liés à ces nouvelles pratiques militantes du féminisme par le biais de réseaux sociaux comme Instagram. Ma recherche se base plus spécifiquement sur les comptes créés par des personnes isolées (= ne représentant pas une organisation, ASBL ou autre organisme reconnu) et sans notoriété (= compte n'appartenant pas initialement à une célébrité ou à un influenceur).

Ce questionnaire porte donc sur votre perception de ces comptes, leur utilité dans la lutte féministe, leur accessibilité et leur effet sur votre engagement personnel.

Que vous soyez un habitué d'Instagram, ou non, vos réponses me seront d'une grande aide et contribueront à approfondir ma compréhension de ce phénomène émergent sur les réseaux sociaux. Cela devrait vous prendre **une dizaine de minutes** et toutes les réponses seront traitées de façon **anonyme**.

Un grand merci d'avance pour votre participation! ✨

Aria MOUYART, étudiante en dernière année de master en communication à l'UCL

**Une safe place est, selon l'Office québécois de la langue française, un lieu explicitement décrit comme dépourvu de discrimination, qui est aménagé afin de permettre aux personnes appartenant à un groupe social marginalisé ou vulnérable d'exprimer librement leur identité. L'empowerment quant à lui, renvoie, selon Anne Emmanuèle Calvès, à des principes, tels que la capacité des individus et des collectivités à agir pour assurer leur bien-être ou leur droit de participer aux décisions les concernant.*

SECTION 1 : QUESTIONS SUR L'OPINION GÉNÉRALE ENVERS CE TYPE DE COMPTES

1. Êtes-vous au courant de l'existence de comptes Instagram créés par des personnes sans notoriété préalable, s'exprimant sur des sujets liés aux mouvements féministes (éducation sexuelle et menstruelle, lutte contre le harcèlement et les inégalités de genre, acceptation de soi, maternité, ...)?

2. Si oui, dans quelle mesure pensez-vous qu'ils contribuent à la création de safe places virtuelles pour les femmes ?
3. Pensez-vous que ces comptes offrent un espace d'expression où les femmes se sentent connectées et soutenues ?
4. Considérez-vous que ces comptes contribuent à l'empowerment des femmes en les encourageant à s'exprimer et à se défendre face aux injustices sexistes ?
5. À quel point pensez-vous que les caractéristiques spécifiques de ces comptes (par ex: contenu inclusif, ton moins formel que pour une organisation, interaction communautaire plus forte qu'avec une célébrité, etc...) renforcent leur efficacité en tant que safe places virtuelles ?
6. Est-ce que ces comptes vous ont personnellement encouragé.e à prendre la parole ou à vous impliquer dans des causes féministes ?
7. Pensez-vous que chacun.e a désormais la possibilité de contribuer à la lutte féministe grâce à ce type de comptes, sans nécessairement faire partie d'une organisation établie ou sans être une personnalité publique ?
8. Dans quelle mesure percevez-vous que ces comptes influencent la dénonciation des pratiques critiquables dans la société ?

SECTION 2 : QUESTIONS SUR L'UTILISATION D'INSTAGRAM

9. Depuis combien de temps utilisez-vous Instagram ?¹⁶
10. A quelle fréquence consultez-vous des comptes Instagram liés aux thématiques féministes, à l'empowerment des femmes, ou d'autres sujets similaires ?
11. Quel type de comptes liés aux thématiques féministes et à l'empowerment des femmes suivez-vous le plus ?
12. Comment avez-vous découvert ces comptes ?
13. Pour vous, est ce que ces comptes, créés par des personnes sans notoriété préalable ont eu un impact différent ou complémentaire par rapport aux comptes créés par des célébrités ou par des organisations pré-établies ?

¹⁶ Si la réponse à cette question est « Je n'utilise pas Instagram », le répondant est directement mené à la question 13.

14. Si oui, pourquoi ?
15. Si non, pourquoi ?
16. Avez-vous déjà ressenti un sentiment de solidarité ou d'empowerment en suivant ces comptes, ou si vous n'en suivez pas vous-même, entendu parler d'un tel sentiment ressenti par l'un.e de vos proches grâce à ces comptes ?
17. Si oui, pouvez-vous donner un exemple ?
18. Quels sont les aspects que vous appréciez le plus dans ces comptes que vous suivez ?
19. Avez-vous déjà posté un commentaire sous l'un de ces comptes ?
20. Si oui, sur quoi portait votre commentaire ?
21. Vous-êtes senti.e en sécurité pour le faire ?
22. Si oui, grâce à quoi ?
23. Si non, à cause de quoi ?¹⁷
24. Si vous en suivez, pouvez-vous citer des exemples de comptes de personnes à l'origine sans notoriété qui aborde des thématiques féministes ?

SECTION 3 : QUESTIONS ETHNOGRAPHIQUES

25. Dans quelle tranche d'âge vous situez-vous ?
26. Où habitez-vous ?
27. Quel est votre genre ?
28. Quel est votre niveau d'éducation le plus élevé atteint ?
29. Vous considérez-vous comme féministe ?

Puisque le but de ce questionnaire est de récolter l'avis de la population sur le type de comptes Instagram dont parle ce travail, les personnes répondant « Non » à la première question ont été immédiatement redirigées vers la section 3 comportant les questions ethnographiques, puisqu'elles n'auraient pas su répondre aux autres questions concernant exclusivement le type

¹⁷ Après réflexion post diffusion du questionnaire, ajout de 5 questions pour obtenir plus de précisions. Dû au fait que ces questions ont été rajoutées par la suite, 180 répondants n'y ont pas répondu. En revanche, vu le nombre de réponses espérées, les réponses à ces questions devraient tout de même fournir des résultats représentatifs.

de contenu mis en avant sur ces comptes et les sentiments qu'ils engendrent chez les gens.¹⁸ Après réflexion, il aurait également été pertinent de permettre aux personnes répondant « Non » à la première question, de répondre à la question « Depuis combien de temps utilisez-vous Instagram ? » afin d'observer si la non connaissance de l'existence de ces types de comptes est en lien avec une absence sur le réseau social d'Instagram.

¹⁸ Il est apparu intéressant de poser les questions ethnographiques aux personnes ignorant l'existence de ces comptes, afin d'analyser si cela dépend d'une question de genre ou d'implication dans la cause féministe. Toutefois, cette observation est apparue après avoir déjà collecté 2 réponses « Non », menant directement à la fin du questionnaire. Les résultats annoncés ne prennent donc pas en compte les 2 premières personnes à avoir répondu « Non », puisque les paramètres de réponses ont été modifiés après, sans renouveler entièrement le questionnaire afin de ne pas perdre les réponses déjà obtenues.

Ce travail de recherche de fin d'études de master en communication interroge comment l'émergence de nouveaux types de comptes francophones sur Instagram, initialement créés par des personnes sans notoriété, a-t-elle contribué à la création de safe places virtuelles pour les femmes, offrant ainsi un espace de parole et de dénonciation des pratiques critiquables ? En particulier, comment ces comptes, émanant d'individus ordinaires plutôt que de célébrités ou d'organisations féministes établies, ont-ils favorisé un sentiment de solidarité et d'empowerment chez les femmes ?

Ancrée dans les concepts de safe place et d'empowerment, l'étude analyse comment ces espaces numériques participent à la réappropriation de la parole et à la construction collective de soutien et de reconnaissance mutuelle. S'appuyant sur une méthodologie mixte combinant analyse de contenus Instagram, entretiens avec créatrices et enquête par questionnaire, la recherche explore à la fois le potentiel transformateur et les limites structurelles de ce militantisme en ligne.

Cette nouvelle forme de militantisme féministe en ligne suggère que ces comptes permettent une identification forte et un partage d'expériences, tout en étant confrontés à des logiques algorithmiques, à des effets de chambre d'écho et à des obstacles à la mobilisation concrète. L'étude met ainsi en lumière les tensions entre accessibilité, portée et capacité d'action, ouvrant la voie à de nouvelles pistes d'analyse du féminisme numérique contemporain.

Mots clés : féminisme, safe place, empowerment, militantisme en ligne, Instagram