



HAL
open science

Cartographies numériques des instagrammables queers

Jordan Fraser Emery

► **To cite this version:**

Jordan Fraser Emery. Cartographies numériques des instagrammables queers : esquisse méthodologique. Doctorales de la SFIFC, SFSIC, Jun 2022, Dijon, France. hal-03913825

HAL Id: hal-03913825

<https://hal.science/hal-03913825>

Submitted on 27 Dec 2022

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

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



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

Cartographies numériques des instagrammables queers : esquisse méthodologique

Digital maps of queer Instagrammers: methodological outline

Jordan Fraser Emery, Doctorant en Sciences de l'Information et de la Communication,

LLSETI, Université Savoie Mont Blanc ; LAPA, Université de São Paulo

jordan.emery@univ-smb.fr

Mots-clés : Queer Espace Corps Média Numérique

Keywords: Queer Space Body Media Digital

Résumé

Les corps médias queers sont engagés dans des perspectives politiques qui impliquent des formes pouvant être autant de questionnements et instances de déconstruction des processus de signification et d'identification sociale. Ces derniers sont toutefois en friction avec des perspectives marchandes au sein d'un espace social où chacun est amené à cultiver une expression de soi en termes de design personnel. Nous étudions signes et discours sur Instagram par la création de cartographies numériques. Un dispositif de restitution et d'ouverture de la recherche en réalité virtuelle conclut le propos.

Abstract

Queer media bodies are engaged in political perspectives that involve forms that may question and deconstruct processes of social meaning and identification. These, however, are in friction with commodified perspectives within a social space where everyone is led to cultivate an expression of self in terms of personal design. We investigate signs and discourses on Instagram through the creation of digital cartographies. A virtual reality research device concludes the presentation.



Cartographies numériques des instagrammables queers : esquisse méthodologique

Jordan Fraser Emery

Notre travail de thèse vise à étudier les potentialités queers contemporaines dans la constitution de contre-espaces politiques. Notons ainsi pour commencer que les mouvements queers « [...] conteste[nt] l'application de différentes règles comportementales s'appliquant à la division filles/garçons : différentes manières de poser sa voix, de rire, de croiser ses jambes, de se coiffer, de s'habiller, différentes activités sportives, etc., sont sanctionnées ou valorisées, etc. » (Hoquet, 2020 : 684). Placé dans une filiation phénoménologique nous définissons le queer telle une manière de ne pas être à l'aise dans l'espace public et social, une façon « [...] oblique ou décalée ou même tout simplement loufoque »¹ (Ahmed, 2006 : 565) qui a directement à voir avec le corps et ses accessoires. Nous entendons ici le corps (queer ou non) tel un *corps média* (Martin-Juchat, 2008) afin d'emphaser le corps tel un objet de discours, véhicules d'affects et porteurs de signes, exposés et diffusés publiquement sur les réseaux sociaux numériques. À partir de la couverture du mois de décembre 2020 de *Vogue magazine* et plus particulièrement de sa diffusion et discussion sur le réseau social Instagram nous présentons ici l'esquisse d'une partie de notre méthodologie de thèse.

Notre cadrage théorique combine le travail théorique des études queer (*queer studies*) et des études de(s) genre(s) avec la littérature scientifique issue des sciences humaines et plus précisément des Sciences de l'Information et de la Communication ainsi que de la psychologie sociale. Notre démarche considère la maîtrise par les instagrammables queers d'un univers symbolique tels les codes culturels et corporels.

Corps média queer

Le corps est un *médiateur* et une *surface d'expression* nous dit Fabienne Martin-Juchat (2008) pour qui « [l]e corps est bien un média au service d'un discours construit par une interaction entre l'individu et la société » (Martin-Juchat, 2020 : 99). Dès lors, c'est le corps en tant que « *corps affectif* » qui nous occupe ici et non pas tant le « *corps organique* », comme peut le distinguer Paul Sévérac (2005) ; se reposant sur Spinoza, l'auteur appréhende et distingue le

¹ Notre traduction.



corps organique (également nommé physique), ce corps fait de chair et de sang, ce complexe d'organes que prend par exemple en charge la médecine et le corps affectif, ce complexe cette fois fait d'images (également dites affections) produit depuis la naissance par l'habitude. Fabienne Martin-Juchat propose en ce sens la considération du corps affectif comme d'un corps média (2008). L'autrice esquisse ainsi les raisons sociétales qui justifient la construction du corps affectif comme média : « *le corps, par son genre affectif de communication, est devenu, dans cette société, à la fois la surface, la trame, l'objet, le dispositif qui incarne, cristallise ou encore met en scène les figures et les normes d'une époque mais aussi la manière dont les individus les incorporent* » (Martin-Juchat, 2008).

En paraphrasant dans ce paragraphe l'autrice (Martin-Juchat, 2008) nous écrivons que les instagrammables queers valorisent les caractéristiques du corps affectif car ce dernier leur permet de mettre en scène (au sens goffmanien précise-t-elle) leurs aspirations idéologiques. Ces corps média queers sont engagés – consciemment ou non – dans des perspectives politiques qui impliquent des pratiques et esthétiques pouvant être autant de questionnements et instances de déconstruction des processus de signification et d'identification sociale. C'est cela qui définit, selon nous, le potentiel critique du queer : une manière de dés/ordonner le champ du réel. Toutefois, ces pratiques et esthétiques sont en friction avec des perspectives marchandes au sein d'un espace social, désormais *espace d'exposition* (Harcourt, 2020), où chacun est amené à cultiver une expression de soi en termes de performance, d'auto-design et de *personal branding* (Zilio, 2020). Les pratiques et panoplies étiquetées queers semblent alors se présenter opportunément comme une source de plus-value culturelle et sociale (Emery, 2021), dans ce que d'aucuns pourraient nommer être une *révolte consommée* (Heath et Potter, 2020). Ainsi, dans un même mouvement - et toujours en paraphrasant dans ces lignes Martin-Juchat (2008) – les marques et les médias éprouvent aujourd'hui, dans un certain cadrage, de plus en plus les corps queers et leur expression dans la pratique médiatique en ayant recours à des corps queers en représentation. Ces derniers exploitent effectivement le corps affectif comme support d'une argumentation idéologique, car dans notre société, son interprétation (par identification et projection affectives) génère plus de valeur de vérité et de confiance que tout autre genre de discours.

Cartographie numérique



En novembre 2020 la vedette nord-américaine Harry Styles devient le tout premier homme à faire la couverture de *Vogue*, célèbre magazine de mode féminin. Et ce papier glacé offrant la star dans des appareils codifiés comme féminins a été sujette à des commentaires au sein de communautés queers tel qu'auprès de personnalités ou de simples utilisateurs de réseaux sociaux numériques, notamment Instagram.



Fig. 1 : Couverture du magazine VOGUE avec Harry Styles, datée de novembre 2020.

Fig. 2 : Publication du compte Instagram @alokvmenon, datée du 14 novembre 2020.

Contexte de mise en visibilité

Afin d'étudier cette image et ces discussions nous présentons une méthode de description et de contextualisation de publications en ligne par la création de cartographies numériques². Puisque désormais avec l'avènement de la mobilité et des réseaux sociaux une information est située spatialement (Brandon, 2021) cette dernière nous permet, d'après nous, de tenir compte d'abord de notre parcours avec nos usages spécifiques et ensuite des éléments spatio-temporels permettant la mise en visibilité de l'information / l'image. L'objectif affiché est de ne pas dépendre d'une seule interprétation des signes. En particulier face à une publication en ligne où l'unité d'expérience (Andriolo, 2018) – celle qui met en relation l'image, l'environnement et le corps écrit Arley Andriolo – est opaque et discontinue ; alors même que c'est cette dernière qui offre une compréhension sociale. C'est pour cela que nous ne questionnons pas le corps en tant que tel, ni même seulement sa re/présentation en ligne, mais le corps média, c'est-à-dire le corps constitué par et au travers d'espaces communicationnels et médiatiques. Dans les pas de

² Méthodologie initiée avec l'artiste et enseignante-chercheuse Carole Brandon au sein d'une unité d'enseignement de la Licence Information Communication – Département Communication Hypermédia à l'Université Savoie Mont Blanc. 18h CM et 24h TD « Genre et arts » et « Genre et médias » auprès de quatre groupes de seconde année, dispensés au premier semestre de l'année universitaire 2021-2022.



Jeanne Guein nous tentons ainsi de résister à ce qu'elle nomme *le sémiotisme*, à savoir « *la tentation de réduire toute matérialité à un message, un signe "occult[ant] la matérialité des objets qui nous entourent" et la façon dont elle nous affecte* » (2021 : 12).

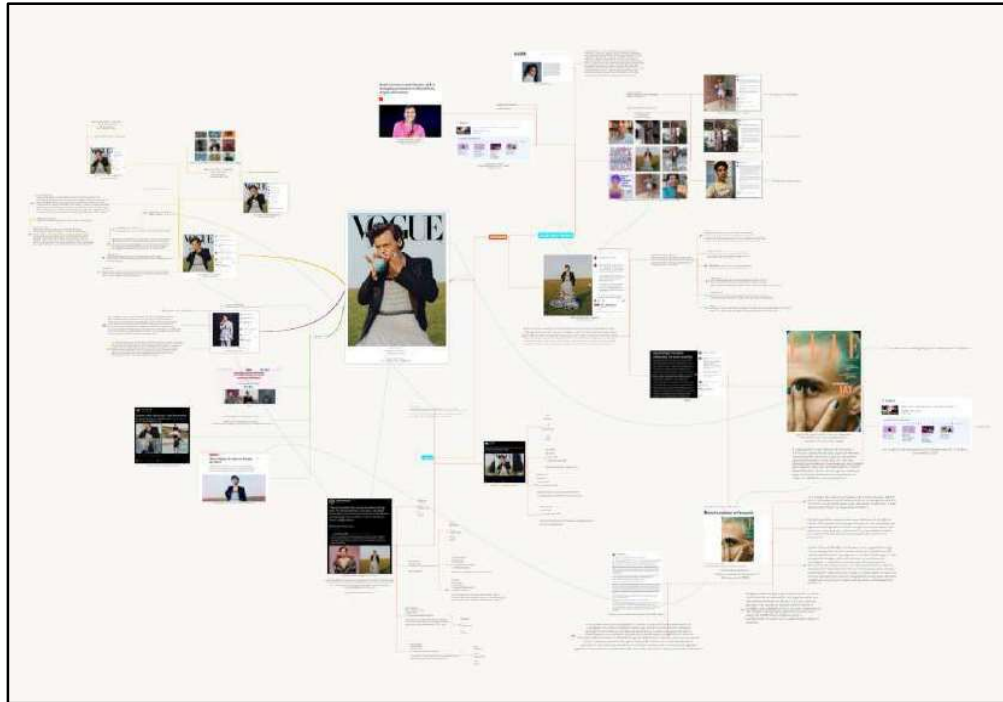


Fig. 3 : Cartographie du contexte de mise en visibilité de la couverture du magazine vogue de novembre 2020 avec Harry Styles. Réalisée sur gitmind.com.

En juillet 2021 nous composons cette carte numérique (fig. 3) s’approchant des traditionnelles cartes mentales. Elle retrace notre parcours d’enquête vis-à-vis de cette couverture. Elle donne à voir par notre *flânerie* (Chabert, 2015 : 102) nos connexions et passages entre les différents espaces communicationnels : Instagram, Twitter et sites internet de presse. Cet usage propre que nous faisons implique d’après Ghislaine Chabert le vécu d’« *un lieu qui est d’abord un carrefour de flux, d’informations, qui possède des dimensions élastiques* » (ibid : 103). En effet, l’image (la couverture) n’est pas autonome, elle s’appréhende dans un emboîtement (Cauquelin, 2002) et même un enchevêtrement d’espaces (notamment sensibles) non conscientisés du fait d’une vitesse technologique exponentielle. C’est par l’actualisation d’un *contexte de mise en visibilité* au travers d’un écran - ici le smartphone - que l’image est portée à l’utilisateur. Ce contexte de mise en visibilité s’actualise en fonction des flâneries propres à chaque utilisateur puisqu’ils vont opérer au sein de ces connexions une sélection active différente ; c’est également le cas pour un même utilisateur puisque algorithmés les flux des



réseaux sociaux ne permettent jamais exactement à deux parcours identiques d'exister. Notons d'ailleurs que ces espaces déforment, amoindrissent ou accentuent l'information et notre cartographie révèle visuellement des nœuds d'informations, zones marquées par des questionnements, qui peuvent être comparées à des zones plus isolées et rétractées au sein de cette géographie informationnelle. D'autre part, nous avons listé toutes les intensités paraissant habituellement annexes : nombre de "like", nombre de commentaires, temps passé sur une vidéo, partage sur tels et tels profils, renvoi vers un autre média, etc.

Instagrammables queers

C'est sur Instagram que la position particulière d'Alok Vaid-Menon (fig. 2 et fig. 5) vis-à-vis de cette couverture se manifeste. Notons d'abord que ce réseau social numérique est un espace privilégié des discours et des visibilités contemporaines, au sein duquel opère des transferts de symboles, circule des affects et où se nouent des affinités et des aversions. Chaque profil Instagram se présente comme une propriété dont *le dispositif* (Agamben, 2014) fixe un périmètre primaire, qui est également une grille de lecture imposée (fig. 4), par lequel s'organise immédiatement un dehors et son dedans, c.a.d., des espaces communicationnels entre lesquels la frontière n'est jamais tout à fait hermétique et favorisent l'individuation, cette « [...] force transversale de [la] modernité » (Chamoiseau, 2021).

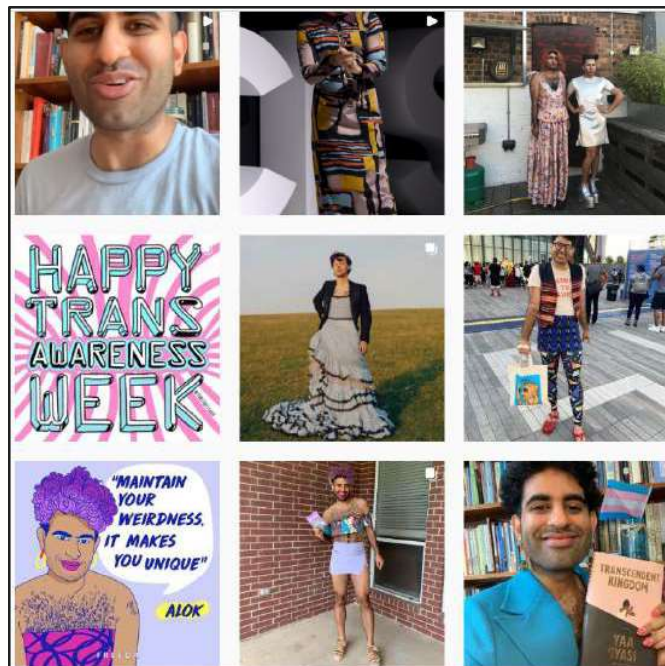


Fig. 4 - Capture d'écran du profil Instagram d'Alok Vaid-Menon avec au centre de la grille ladite couverture.



Dans sa publication concernant la couverture, l'artiste revendiqué transféminin³ décrit la capillarité des esthétiques queers vers le "mainstream" toutefois déracinées dit-elle de leurs corps premiers : « *Nos esthétiques ont fait leur chemin jusqu'au mainstream, mais pas nos corps* »⁴. Si dans sa publication postée sur son profil Instagram (fig. 4) l'artiste se dit quelque part enjoué de voir une vedette bafouer les normes de genre par le brouillage des normes de la mode, les femmes trans et notamment celles de couleurs, donne-t-elle en exemple, ne reçoivent-elles en retour pas ce type de louange de la part du monde médiatique et social.

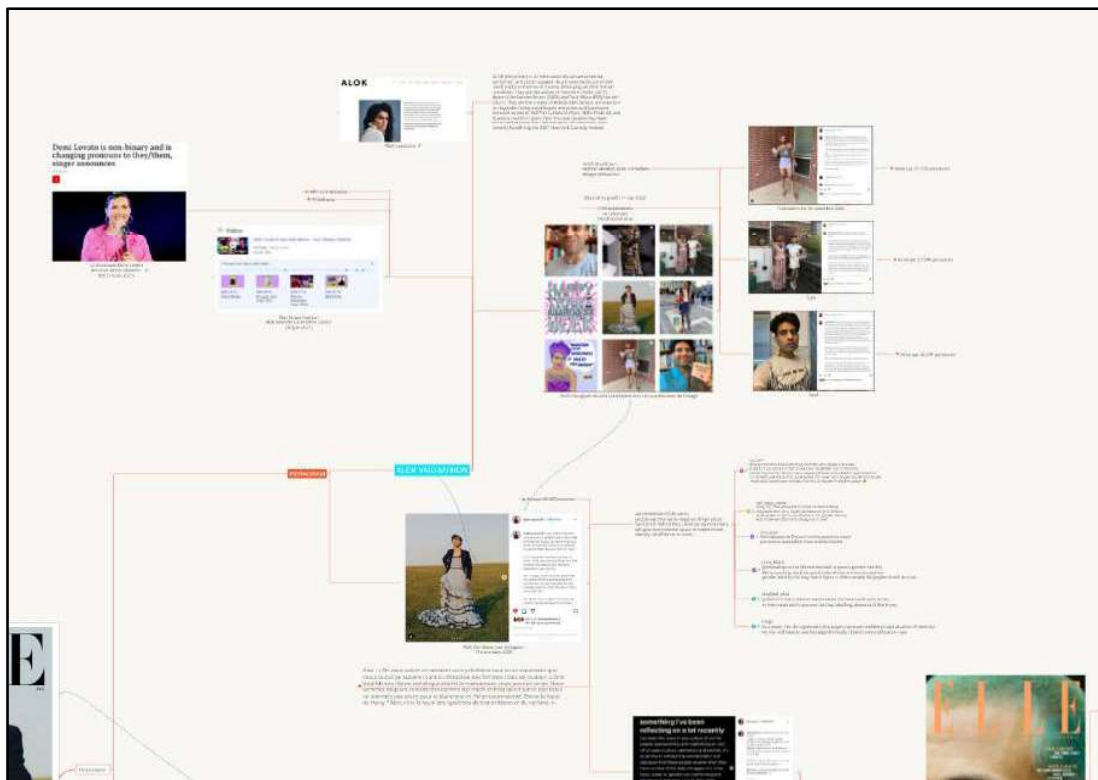


Fig. 5 - Zoom sur le contexte de mise en visibilité de la publication d'Alok Vaid-Menon au sujet de la couverture du magazine par Harry Styles. Réalisée sur gitmind.com.

Toutefois, Vaid-Menon insiste peu sur la personne même d'Harry Styles préférant orienter son propos sur ce qui lui semble relever d'un problème et d'un enjeu de re/présentation dans un système d'in/visibilité médiatique. On saisit ici la volonté d'obtenir des figures tutélaires issues des mouvements queers. Il s'agit finalement d'une sociologie de la visibilité : mener l'attention sur une cause et sur un groupe social qui souffre d'invisibilité dans certaines de ses formes et

³ L'artiste s'auto définit avec ce terme qui semble inclure les femmes trans et toutes les personnes non-binaires du côté féminin du spectre des identités de genre.

⁴ Notre traduction d'une partie de la publication Instagram d'Alok Vaid-Menon datée du 14 novembre.



porte depuis longtemps le dépassement des normes de(s) genre(s). La démarche consciente d'un brouillage quotidien de(s) genre(s) par un certain assemblage vestimentaire est en effet d'abord le témoignage d'une volonté de médiatisation d'une *orientation oblique* (au sens phénoménologique ; Ahmed, 2005) dans un monde vécu et perçu comme *straight*⁵ (Wittig, 2018) et « [...] relève d'un certain courage d'affichage dans l'espace public » (Larue, 2018 : 65). En tant qu'objets marqueurs d'identités, inscrit dans un réseau de signes et d'affects, les vêtements sont sources de médiations (Durpoix et Pitombo Cidreira, 2017)⁶ et agrégateur d'identités partagées, une manière de se re/connaître, d'assumer et de communiquer des sensibilités et des affections, des connivences également. Tout cela permet de *faire corps* avec une communauté, aussi disparate puisse-t-elle être.

Imposant ainsi par la réglementation des usages et des accès un sens dual aux biens culturels l'*épistémologie de la différence sexuelle* (Preciado, 2020 : 67) invite les individus queer à se faire braconnier (de Certeau, 1980). Au sein même du réseau signifiant de la binarité de(s) genre(s) s'élaborent des tactiques de résistances et ne cessent donc de surgir des formes déviantes. Qu'elles soient altérées, dégradées ou même révoltées, la maîtrise de ces signes d'apparat est l'enjeu de luttes et de rivalités. L'exemple le plus courant et celui qui nous occupe d'ailleurs ici est celui du vêtement ; investir le vêtement dédié à l'autre sexe ou même chercher à en dégenrer les codes (Kunert, 2012) est un art de faire queer⁷.

Par le prisme des études de(s) genre(s) observons que les pratiques et les discours normés de(s) genre(s) prescrivent des éléments identitaires (tels des signes, des mots et des postures) à nos deux protagonistes (fig. 6). Si cela ne signifie pas que ces derniers doivent se conformer aux normes, cela signifie tout de même que ces derniers sont continuellement confrontés à ces pratiques, à ces discours et aux éléments identitaires prescrits par la société - elles conditionnent davantage qu'elles ne contraignent.

Ici Harry Styles et Alok Vaid-Menon sont tous deux constitués comme *minorité* puisqu'ils vivent dans une société où l'inversement et la neutralisation des normes de(s) genre(s) sont de plus en plus tolérés, mais restent toujours inhabituels⁸. Ainsi donc le brouillage de(s) genre(s) du chanteur par le vêtement fait **signe** en tant que chaîne signifiante de signes en réseau, c.a.d.,

⁵ Straight signifie en anglais à la fois « droit », « raide », « en ordre » et plus familièrement « hétérosexuel ».

⁶ Pour Durpoix et Pitombo Cidreira qui aborde dans une perspective merleau-pontienne le vêtement dit incarné, « *l'acte de se vêtir finit par exprimer des modulations corporelles qui condensent des formes d'interaction de l'individu avec le monde et avec les autres, dans une activité communicative qui se restitue constamment et possède à chaque fois la capacité de constituer de nouveaux sens* » (2017)

⁷ Référence au titre *L'invention du quotidien, I : Arts de faire* (1980) de Michel de Certeau.

⁸ Notre cartographie à par exemple fait resurgir les propos tenus sur Twitter par Candace Owens le 14 novembre 2020 à propos d'Harry Styles : « *Aucune société ne peut survivre sans des hommes forts. L'Orient le sait. En occident, la féminisation constante de nos hommes en même temps que l'on enseigne le marxisme à nos enfants n'est pas un hasard. C'est une attaque pure et simple. Ramenez-nous les hommes virils* ».



en tant qu'un ensemble de signes agencés troublant le rapport direct à un corps genré, tel que le processus habituel de signification et d'identification sociale.

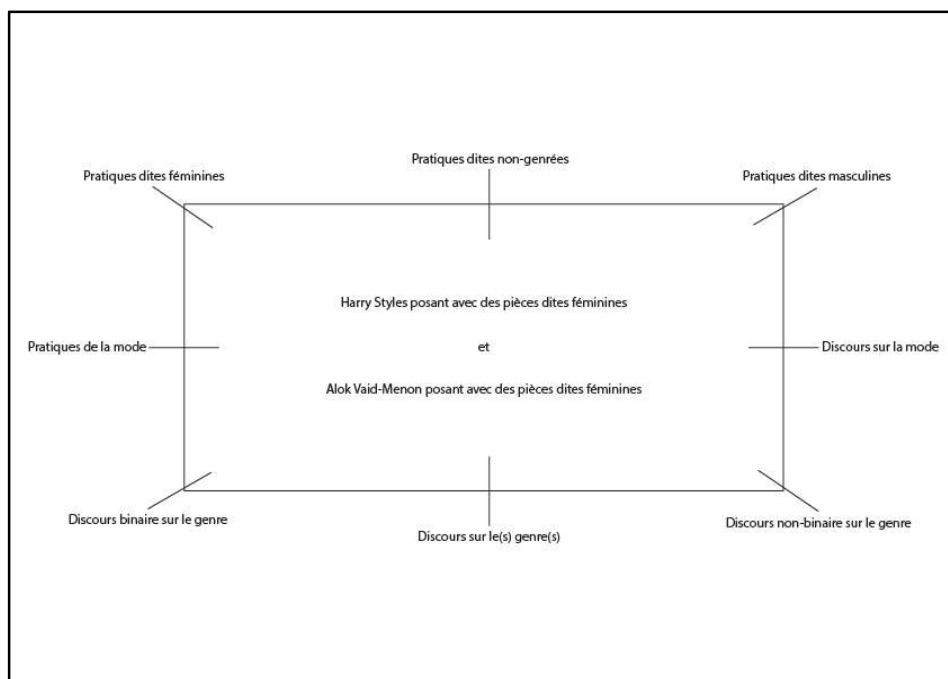


Fig. 6 - Site d'engagement d'Harry Styles et Alok Vaid-Menon posant avec des pièces dites féminines. Schéma réalisé sur l'exemple de Sigrid Norris (2020 : 96).

D'un côté, et avec une certaine généralité de la part d'Alok Vaid-Menon, ce brouillage de(s) genre(s) serait **la signature** de corps queers (ses **auteurs et autrices** donc), soit la réappropriation personnalisée d'une expérience vécue quotidiennement, c.a.d., une certaine manière d'être-au-monde. Elle ferait alors référence à une *identité* queer - par l'affirmation d'un « [...] *caractère labile, non binaire et pluriel* [...] » (Hoquet, 2020 : 684), mais également à des corps d'individus précis. Cette identité n'est pas seulement un costume ou un uniforme, c.a.d., une simple panoplie prêt-à-porter, mais un vécu, un contact phénoménologique. Derrière les signes vivent des individus !

De l'autre, toujours selon Vaid-Menon, le chanteur apposerait sa **signature** sur cette chaîne signifiante : 1) qui ne lui appartient pas ; 2) sans jamais faire référence à **leurs auteurs et autrices**, les renvoyant à leur anonymat. L'entreprise de la célébrité conduirait alors à une *fausse* identité queer ou à une forme queer détournée, car détachée d'expériences vécues.

En ce sens Wendy Delorme rapporte qu'au sein de la publicité contemporaine, davantage encline à diversifier les représentations des corps, s'opère un lissage et une esthétisation du corps différent (Delorme, 2018) : « [t]ant qu'il y a une esthétisation qui rend acceptable la



monstration de ce corps, oui on peut montrer la diversité » (*ibidem*). En prenant rapidement les exemples “marchandisés” du punk et du grunge l’auteurice exprime le fait que

au moment où ça arrive dans la publicité c’est qu’il ait déjà trop tard entre guillemet pour la dimension radicale et contestataire du mouvement, parce que ses codes esthétiques, langagiers ont été absorbés par l’industrie ; ce qui veut dire que le mouvement va être obligé de se renouveler dans ses modes d’actions et de préciser en fait ses contestations (*ibidem*).

La dialectique entre contre-culture et sa récupération commerciale étant toutefois peut-être déjà usée, c’est davantage son détournement dans une mise au travail, une mise en adéquation des préoccupations queers aux lois du marché et à l’utilité sociale qui sera davantage pertinents pour notre travail :

Le bon sujet queer de la représentation mainstream est maintenant celui qui est le plus éloigné du handicap (disability), des différences incarnées qui peuvent rendre une personne queer visiblement différente de la population générale [...] ou qui pourraient nécessiter des changements de structures sociales⁹ (Peers, Brittain et McRuer, 2012)

Nous notons effectivement que le queer avec ses mouvements, ses pratiques et ses esthétiques sont construits dans un contexte historique et économique précis. Du fait de l’émancipation du capitalisme du cadre national ainsi que de l’intensification des flux d’échanges et de biens immatériels que regroupe le terme de globalisation¹⁰, les formes queers¹¹ ont rencontré le « *territoire-monde* » (Didelon, 2013 : 53), c’est-à-dire qu’ils ont intégré, en paraphrasant J. Monnet cité par Didelon, *le corpus de représentations culturellement disponibles* au niveau mondial (*ibidem*) ; c’est l’émergence d’un sujet queer consommateur (Puar, 2007 : xii). Les formes queers semblent ainsi s’accompagner de la construction et de la mise en valeur de certaines qualités sur le marché mondial, susceptibles d’accompagner de nouvelles ventes en créant des figures et des dispositifs marchands : fluidité, *do-it-yourself*, transformation, anticonformisme, etc. On peut donc aisément le considérer dans notre mode de vie consumériste¹². Cette évolution d’une forme queer massifiée, telle celle d’Harry Styles, est également possible, car dans son anticonformisme elle se voit accordée une place par les

⁹ Notre traduction.

¹⁰ En anglais existe seulement le terme *globalization*, c’est donc le terme de « globalisation » en français que nous utilisons en tant qu’il incorpore ici le terme francophone de « mondialisation » qui permet habituellement de départager des spécificités dont nous nous passerons ici.

¹¹ D’une manière générale, non cantonnée au sujet queer donc, Anselm Jappe écrit que la forme-sujet et la forme-marchandise se développent parallèlement et conjointement (Jappe, 2017 : 220).

¹² Qui est selon Jeanne Guien « *un ensemble d’industries de production, distribution et qualification d’objets, et non [...] l’état d’esprit d’une époque ou de certaines personnes (les femmes, les jeunes, les pauvres)* » (Guien, 11 : 2021).



industries culturelles et visuelles dans *le cool*¹³, « *lui-même structuré par une quête perpétuelle de non-conformisme* » (Heath et Potter, 2020 : 194). Le queer deviendrait pour une part alors un « *ornement de la production de marchandises, c'est-à-dire [une] forme de design, de publicité et de mode* » (Jappe, 2017 : 126).

Se pose alors la question de ce qui est identifié et lisible sur la base d'une apparence et de ses expressions. À quoi ressemble donc dans ce dés/ordre une personne queer ? Si dans l'explication d'Alok Vaid-Menon ainsi que dans les commentaires de sa publication, les expressions queers sont constituées comme des territoires à défendre et à réclamer, comment dès lors décrocher les signes genrés, comment décatégoriser les vêtements s'ils sont, lorsque c'est le cas, renvoyés à une identité et un style particulier ? Cela ne cristallise-t-il pas la majorité des enjeux dans la sphère de l'apparence ? Peut-être serons-nous donc amenés à considérer une certaine sacralisation des pratiques et processus par certains acteurs sociaux queers.

Dispositif numérique de questionnement

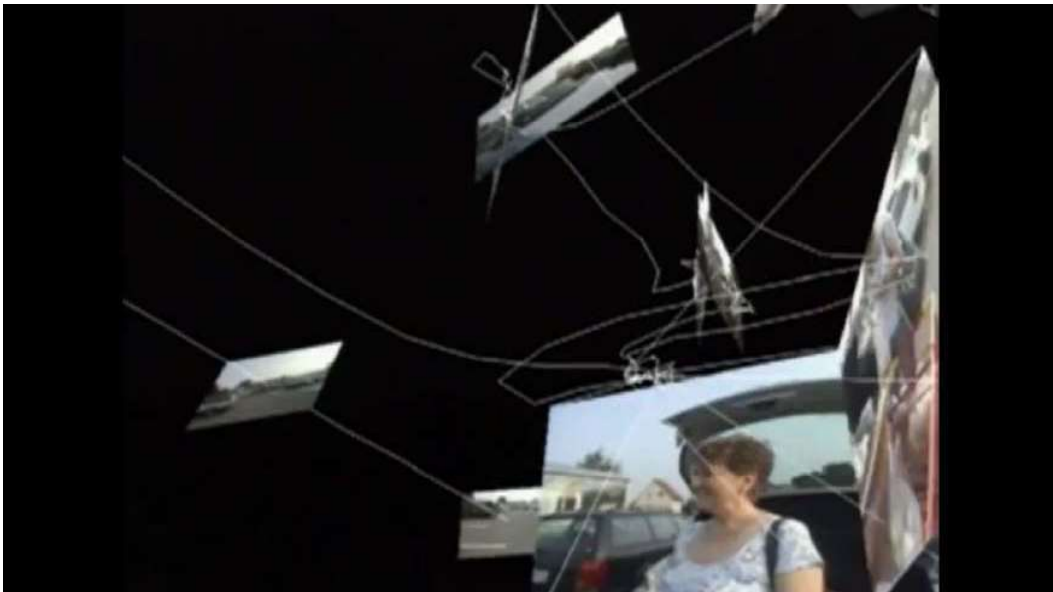


Fig. 7 - Masaki Fujihata, *Field-Work@Alsace* (2002).

Dans le souci d'une poursuite de ces questionnements et d'une exploration possible par les concernés de notre travail de recherche, nous produisons actuellement un dispositif numérique

¹³ « *Le cool se situe dans une perpétuelle tension entre originalité et consommation de masse, entre une élite avant-gardiste et ceux qui la suivent* » (Raboud, 2014)



qui tente d’articuler les deux niveaux de problématisation (symbolique et anthropologique) sans avoir la prétention d’y arriver sur l’instant.

La cartographie 2D précédemment discutée (fig. 2) est ainsi retravaillée au sein d’un environnement 3D¹⁴ qui permet à un utilisateur de se mouvoir au sein de son arborescence et des relations plurielles constitutives de la couverture Vogue. A la manière de *Field-Work@Alsace* (2002) de Fujihata les données sont organisées par rapport à notre propre parcours. C’est-à-dire que les images ainsi que les textes (tels les commentaires et les nombres de “like”) sont accrochés le long de tracés (fig. 7) qui re/présentent notre *flânerie*, celle-là même qui nous a fourni le contexte de mise en visibilité de cette couverture ; les données recomposent les spatio-temporalités informationnelles vécues au travers de l’écran du smartphone. Cet agencement participe à l’organisation première de la signification, tel un fil de lecture et donc à l’implication de l’observateur. L’utilisateur peut se déplacer et s’approcher de ces différents plans - même les traverser - par l’intermédiaire d’un casque en réalité virtuelle et de ses manettes.

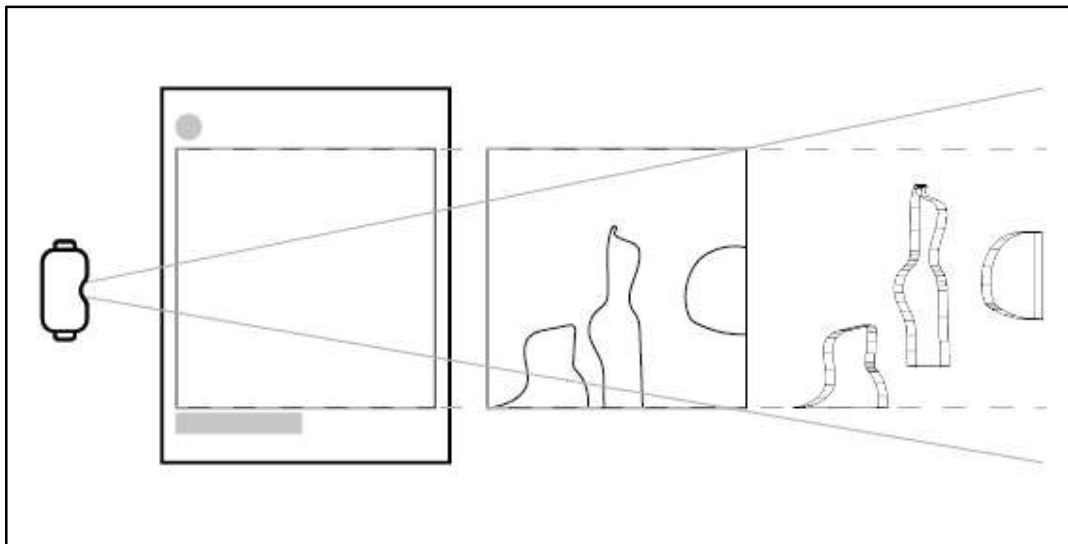


Fig. 8 - Schéma technique de la dé/composition d'une publication Instagram au sein du dispositif VR.

¹⁴ Via le logiciel Unity.



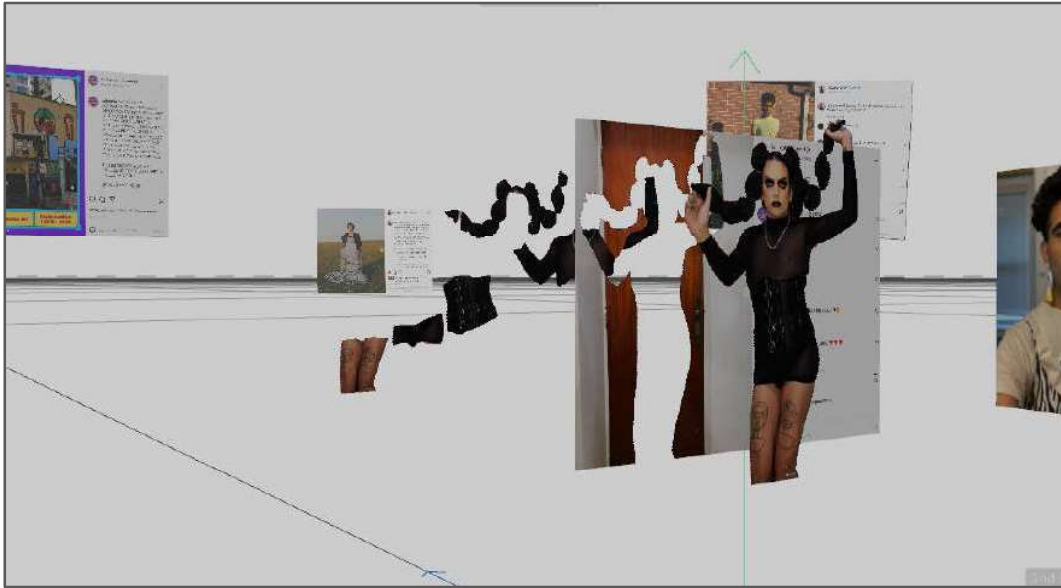


Fig. 9 - Visualisation 3D de la dé/composition d'une publication Instagram au sein du dispositif VR.

En s'approchant d'un plan l'utilisateur en active une décomposition (fig. 8 et 9) en un certain nombre d'éléments signifiants (préalablement détournés par nos soins). Cette décomposition vise à pouvoir penser ces éléments en contexte, au sein de réseaux de pratiques et de discours. Lors de la décomposition, chaque élément vient se relier à un filament (fig. 7) qui acte une mise en réseau de données que nous aurons récoltés sur nos terrains de recherche, tels des extraits sonores d'interviews. Par magnétisme ces éléments s'accrochent à l'utilisateur lorsqu'il s'en approche, formant à terme un amoncellement de signes sans queue ni tête - un corps média queer inédit (fig. 10).



Fig. 10 - Visualisation 3D d'un potentiel « Corps Sans Organes » au sein du dispositif VR.



Cet archipel sémantique numérique cherche ainsi à échapper à tout commerce et l’objectif est de convaincre l’utilisateur qu’une autre économie des signes – *iconomie*¹⁵ pour reprendre Szendy (2017) – existe :

C’est-à-dire qu’il est constamment ouvert à de nouvelles significations, à un flottement du sens. Contre l’arbitraire de l’institution langagière et perceptuelle découpant le monde selon une “loi” prédéterminée, le pouvoir d’imagination ouvre un espace de possibilités interprétatives inédit (Franck, 2019 : 52)

À la manière du *Jardin des Délices* (2013) de Marc Veyrat et Franck Soudan, c’est ici « [...] l’expérience humaine de la carte qui fait sens et non seulement sa re-présentation numérique. Il n’y a plus seulement un soleil pour nous éclairer » (Veyrat, 2013 : 29). Notons pour terminer qu’une prolongation méthodologique en anthropologie visuelle, dans sa capacité à réduire « [...] les limites d’une sémiologie qui pratique “la réduction sémiotique” par une non prise en compte de la totalité du dire corporel » (Ibanez-Bueno, 2016 : 109), occupera la suite de notre démarche dans le cadre de ce travail de recherche.

Bibliographie

- Agamben, G. (2014). *Qu’est-ce qu’un dispositif ?*. Rivages proches.
- Ahmed, S. (2006). *Queer phenomenology: orientations, objects, others*. Duke University Press.
- Andriolo, A. (2018). O fenômeno da imagem em psicologia social: algumas configurações. *Psicologia USP*, (1). Universidade de São Paulo - Instituto de Psicologia, 19-30. <https://www.scielo.br/j/pusp/a/ytmS5DCv93FYnLtxwrFHswv/?lang=pt>
- Brandon, C. (2021). *L’art et le dispositif : Introduction aux hypermédias*. Europaia Productions.
- Cauquelin, A. (2002). *Le site et le paysage*. PUF
- Certeau, M. (1990). *L’invention du quotidien. 1. Arts de faire* (2^e éd.). Gallimard.
- Chabert, G. (2015). Flânerie. Dans M. Veyrat (dir.), *100 notions pour l’art numérique*. Les éditions de l’immatériel.
- Chamoiseau, P. (2020). *Le Conteur, la nuit et le panier*. Seuil.
- Delorme, W. (2018). Nos corps stéréotypés [entrevue radiophonique]. Dans De Rocquigny T. (prod.), *Entendez-vous l’éco, série « La Valeur du corps » 2/4*. France Culture.

¹⁵ « Il s’agit d’un mot concept, fusion d’“icône” et d’“économie”. Un mot valise pour désigner les enjeux de la circulation et de la valeur économique des images. Le marché et la marchandisation de la visibilité » (Gesbert, 2018).



<https://www.franceculture.fr/emissions/entendez-vous-leco/entendez-vous-leco-du-mardi-30-octobre-2018>

Didelon, C. (2013). *Le Monde comme territoire ; pour une approche renouvelée du Monde en géographie* [HDR, Université de Rouen]. HAL. <https://tel.archives-ouvertes.fr/tel-00871654/file/CDidelonLoiseau-HDR-Voll.pdf>

Emery, J. (2021). Genre. *100 notions pour les arts numériques*. https://100notions.com/territoire_numerique/genre/

Franck, T. (2019). Le corps comme auto-institution imaginaire radicale. Dans M. Gillespie (dir.), M. Collet (dir.), *Métamorphoses : corps, arts visuels et littérature. La traversée des genres*. Éditions Orbis Tertius.

Fujihata, M. (2002). *Field-Work@Alsace* [dispositif interactif], Centre pour l'Image Contemporaine. Clichy.

Guien, G. (2021). *Le consumérisme à travers ses objets*. Éditions divergences.

Gesbert, O. (2018). Ce monde du tout image avec Peter Szendy [entrevue radiophonique]. Dans *La Grande Table idées*. France Culture. <https://www.radiofrance.fr/franceculture/podcasts/la-grande-table-2eme-partie/ce-monde-du-tout-image-avec-peter-szendy-7637523>

Harcourt, B. (2020). *La société de l'exposition. Désir et désobéissance à l'ère numérique*. Éditions du Seuil

Heath, J. et Potter, A. (2020). *Révolte consommée : le mythe de la contre-culture*. L'échappée.

Hoquet, T. (2020). Queer. Dans J. Gayon (dir.), *Le dictionnaire encyclopédique de l'identité*. Folio Essais.

Ibanez-Bueno, J. (2016). *Le corps commutatif : de la télévision à la visiophonie*. Université Savoie Mont Blanc, Laboratoire LLSETI.

Jappe, A. (2017). *La société autophage : Capitalisme, démesure et autodestruction*. La Découverte.

Kunert, S. (2012). Dégenerer les codes : une pratique sémiotique de défigement. *Semen*, (34), <https://doi.org/10.4000/semen.9770>

Larue, Ī. (2018). *Libère-toi cyborg ! : Le pouvoir transformateur de la science-fiction féministe*. Éditions Cambourakis.

Martin-Juchat, F. (2008). Penser le corps affectif comme un média. *Corps*, (4), 85-92. <https://doi.org/10.3917/corp.004.0085>

Martin-Juchat, F. (2020). *L'aventure du corps : La communication corporelle, une voie vers l'émancipation*. P.U.G.



- Norris, N. (2020). *Multimodal Theory and Methodology: For the Analysis of (Inter)action and Identity*. Routledge.
- Peers, D., Brittain, M. et McRuer, R. (2012). Crip Excess, Art, and Politics: A Conversation with Robert McRuer. *Review of Education, Pedagogy, and Cultural Studies*, 34:3-4, 148-155, DOI: 10.1080/10714413.2012.687284
- Pitombo Cidreira, R. et Durpoix, C. (2017). Le corps et l'habillement : l'expression de l'apparition. *Sociétés*, (137), 11-19. <https://doi.org/10.3917/soc.137.0011>
- Puar, J. (2007). *Terrorist Assemblages. Homonationalism in Queer Times*. Duke University Press
- Preciado P. (2020). *Je suis un monstre qui vous parle. Rapport pour une académie de psychanalystes*. Grasset.
- Rabout, P. (2014). C'est quoi le cool ?. *Les Inrockuptibles*. <https://www.lesinrocks.com/actu/cest-quoi-le-cool-68890-02-03-2014/>
- Szendy, P. (2017). *Le supermarché du visible : Essai d'ïconomie*. Editions de Minuit
- Veyrat, M. (2013). Le jardin des délices. Dans M. Veyrat (dir.), *Arts et espaces publics*. L'Harmattan
- Veyrat, M. et Soudan, F. (2013), *Le jardin des délices* [dispositif interactif], Musée Muséum départemental. Gap. <https://museum.hautes-alpes.fr/4993-le-jardin-des-delices.htm>
- Wittig, M. (2018). *La pensée straight*. Editions Amsterdam
- Zilio, M. (2018). *Faceworld : Le visage au XXI^e siècle*. PUF.

